

淡江大學 110 學年度第 2 學期課程教學計畫表

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------------|
| 課程名稱 | 行銷管理研討 | 授課 教師 | 梁德昭 LIANG TE-CHAO |
| | SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT | | |
| 開課系級 | 資管一碩士班 A | 開課 資料 | 實體課程 必修 單學期 3學分 |
| | TLMXM1A | | |
| 課程與SDGs 關聯性 | SDG12 負責任的消費與生產 | | |
| 系 (所) 教育目標 | | | |
| 致力於資訊科技與經營管理知識之科際整合研究發展，為國家與社會培育兼具資訊技術能力與現代管理知識的中高階人才。 | | | |
| 本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重 | | | |
| A. 現代管理知識應用。(比重：50.00) D. 結合資訊技術與管理。(比重：50.00) | | | |
| 本課程對應校級基本素養之項目與比重 | | | |
| 1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：30.00) 3. 洞悉未來。(比重：30.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) | | | |
| 課程簡介 | 本課程先以行銷管理的基本認識開始介紹一般的行銷觀念。重點將著重於電子化行銷 (E-Marketing)的規劃與管理。 | | |
| | This course will beginning with introducing the fundamental concepts of Marketing Management, then will major focus on the E-Marketing, including planning and management. | | |

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

| 序號 | 教學目標(中文) | 教學目標(英文) |
|----|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 具備基本行銷管理的認識，進而在電子行銷上做深入探討。 | Have the basic knowledge of Marketing Management and furthermore can do deeply study on the E-Marketing. |

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

| 序號 | 目標類型 | 院、系(所)核心能力 | 校級基本素養 | 教學方法 | 評量方式 |
|----|------|------------|--------|-------|-----------------------|
| 1 | 認知 | AD | 1235 | 講述、討論 | 討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面) |

授課進度表

| 週次 | 日期起訖 | 內容 (Subject/Topics) | 備註 |
|----|-------------------------|----------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | 111/02/21~ 111/02/25 | Introduction to Marketing Management | |
| 2 | 111/02/28~ 111/03/04 | Strategic E-Marketing and Performance Metrics | |
| 3 | 111/03/07~ 111/03/11 | The E-Marketing Plan | |
| 4 | 111/03/14~ 111/03/18 | Global E-Markets 3.0 | |
| 5 | 111/03/21~ 111/03/25 | Ethic and Legal Issues | |
| 6 | 111/03/28~ 111/04/01 | E-Marketing Research | |
| 7 | 111/04/04~ 111/04/08 | Connected Consumers Online | |
| 8 | 111/04/11~ 111/04/15 | Segmentation, Targeting, Differentiation, and Positioning Strategies | |
| 9 | 111/04/18~ 111/04/22 | E-Marketing Management | |
| 10 | 111/04/25~ 111/04/29 | Product: The Online Offer | |
| 11 | 111/05/02~ 111/05/06 | Price: The Online Value | |
| 12 | 111/05/09~ 111/05/13 | Place: The Internet for Distribution | |
| 13 | 111/05/16~ 111/05/20 | Promotion and Communication of E-Marketing | |

| | | | |
|--------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 14 | 111/05/23~ 111/05/27 | E-Marketing Communication: Owned Media | |
| 15 | 111/05/30~ 111/06/03 | E-Marketing Communicaion: Paid Media | |
| 16 | 111/06/06~ 111/06/10 | E-Marketing Communication: Earned Media | |
| 17 | 111/06/13~ 111/06/17 | Customer Relationship Management | |
| 18 | 111/06/20~ 111/06/24 | Summary and Discussion | |
| 修課應 注意事項 | | | |
| 教學設備 | | 電腦、投影機 | |
| 教科書與 教材 | | E-Marketing, by Judy Strauss and Raymond Frost, 華泰代理 | |
| 參考文獻 | | 網路行銷概論 E-Marketing, 華泰文化 | |
| 批改作業 篇數 | | 篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫) | |
| 學期成績 計算方式 | | ◆出席率： % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：60.0 % ◆其他〈 〉： % | |
| 備考 | | 「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。 | |