

淡江大學 1 1 1 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	洪世昌 SHIH-CHANG HUNG
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	財金二 C	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLBXB2C		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG9 產業創新與基礎設施		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、習得瞭解專業知識。</p> <p>二、有效學習自我規劃。</p> <p>三、植基理論契合實務。</p> <p>四、人際溝通團隊合作。</p> <p>五、分析問題提供建議。</p> <p>六、道德知覺全球公民。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：40.00)</p> <p>B. 具備專業知識的表達能力。(比重：40.00)</p> <p>C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：10.00)</p> <p>D. 具體審辨分析的思考能力。(比重：10.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：5.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：15.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：5.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	本課程介紹行銷學基礎理論，同時結合個案教學，幫助學生理解行銷管理內涵。另外，安排行銷管理實務演講，幫助學生了解行銷管理實務。
	This course introduces the basic theory of marketing science. The case study is used in teaching to assist students in understanding the concept of marketing management. In addition, students understand marketing management on fact cases through related speeches.

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	培養學生分析商品市場與顧客需求能力，以及擬定行銷策略與定價策略能力。	Students are trained for analyzing commodity markets and customer demand and for making marketing and pricing strategies.

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	ABCD	12345678	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	111/09/05~ 111/09/11	課程參與、課堂分組	
2	111/09/12~ 111/09/18	何謂行銷？	
3	111/09/19~ 111/09/25	公司與行銷策略	
4	111/09/26~ 111/10/02	分析行銷環境	
5	111/10/03~ 111/10/09	管理行銷資訊以獲得顧客洞察力	
6	111/10/10~ 111/10/16	國慶日放假	
7	111/10/17~ 111/10/23	消費者市場與購買者行為	

8	111/10/24~ 111/10/30	顧客導向行銷策略	
9	111/10/31~ 111/11/06	產品、服務與品牌	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	新產品開發與產品生命週期策略	
12	111/11/21~ 111/11/27	定價策略	
13	111/11/28~ 111/12/04	行銷通路	
14	111/12/05~ 111/12/11	消費者互動與溝通顧客價值	
15	111/12/12~ 111/12/18	直效、網路、社群媒體與行動通訊行銷	
16	111/12/19~ 111/12/25	期末報告	
17	111/12/26~ 112/01/01	期末報告	
18	112/01/02~ 112/01/08	期末考試週(本學期期末考試日期為:112/1/3-112/1/9)	
修課應 注意事項	課程內容隨實際進度調整。		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	行銷管理, 廖淑伶&馬友蕙 編譯		
參考文獻			
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： 10.0 %    ◆平時評量：        %    ◆期中評量：        % ◆期末評量：60.0 % ◆其他〈平時報告〉：30.0 %		
備考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>		