

淡江大學 111 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	李月華 LEE, YUEH-HUA
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管二A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLCXB2A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG12 負責任的消費與生產		
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	本課程旨在透過整體性的理論架構提供同學對相關行銷管理活動的整合性分析，課程內容涵蓋不同行銷議題探討與個案分析，期使同學學習最新的行銷概念與實務操作之問題。
	Marketing-oriented thinking is a necessity in today's competitive world. This course is aim to enhance students' knowledge about how to carefully analyze needs, identify opportunities, and create value-laden offers for target customer groups that competitors can't match

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	培養學生行銷之基本知識	Introduce the fundamental concepts and elements of Marketing
2	市場調查基本能力	Enhance student's ability of market survey and problem-solving
3	培育學生具備企劃能力	Intensify student's planning and decision-making skill
4	國際視野與創新能力	Expand student's horizons and increase innovativeness

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	A	12	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	B	34	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	認知	C	56	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
4	情意	D	78	講述、討論	測驗、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	課程介紹及行銷的基本概念	
2	111/09/12~ 111/09/18	行銷環境/video:ESG( <a href="https://www.youtube.com/watch?v=WIr-95uA6YQ">https://www.youtube.com/watch?v=WIr-95uA6YQ</a> )	
3	111/09/19~ 111/09/25	策略行銷	導讀1
4	111/09/26~ 111/10/02	消費者市場與行為分析/video: the future of dating	導讀2
5	111/10/03~ 111/10/09	組織市場與行為分析/碳權及碳交易市場對消費品企業影響(2組)/FED升息對全球經濟/台灣及企業影響(2組)	
6	111/10/10~ 111/10/16	市場區隔與目標市場	導讀3
7	111/10/17~ 111/10/23	產品價值塑造/video: Athleisure	導讀4
8	111/10/24~ 111/10/30	產品開發與產品生命週期/畜產與循環經濟(2組)	導讀5
9	111/10/31~ 111/11/06	訂價策略	導讀6
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	通路/烏俄戰爭對全球供應鏈的影響 (2組)	導讀7
12	111/11/21~ 111/11/27	行銷推廣	導讀8
13	111/11/28~ 111/12/04	廣告及線上影音廣告/NFT介紹及行銷應用(2-3組)	導讀9
14	111/12/05~ 111/12/11	直效行銷/video: interactive TV	
15	111/12/12~ 111/12/18	行銷控管	導讀10
16	111/12/19~ 111/12/25	學期報告	
17	111/12/26~ 112/01/01	學期報告	
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)	

<p>修課應注意事項</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 第一堂課請確切出席了解課程及期末考日期、報告及成績計算方式事宜。無法配合者請勿選課。</li> <li>2. 第二週即進行分組討論，自行分組6-8人為一組。</li> <li>3. 未有組別的同学，學期報告成績及平時評量以零分計算。</li> <li>4. 學期成績55~59分者，則視平時上課發言及討論予以調整分數(沒有其他事後補救方式)。</li> <li>5. 平時評量：包括課程導讀(10%)、小考(30-40%)、專題自主報告(10-20%)</li> <li>6. 期末評量：行銷企畫</li> <li>7. 專題自主報告：NFT介紹及行銷應用(2組)            碳交易市場介紹及對消費品企業影響            循環經濟(2組)            FED升息對全球經濟/台灣及企業影響(2組)            俄烏戰爭對全球/台灣供應鏈影響(2組)</li> </ol>
<p>教學設備</p>	<p>電腦、投影機</p>
<p>教科書與教材</p>	<p>Marketing - An Introduction 華泰文化 15版 by Armstrong &amp; Kotler &amp; Opresnik</p>
<p>參考文獻</p>	<p>行銷學 林建煌 華泰文化</p>
<p>批改作業篇數</p>	<p>篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)</p>
<p>學期成績計算方式</p>	<p>◆出席率：            %   ◆平時評量：60.0 %   ◆期中評量：            %          ◆期末評量：30.0 %          ◆其他〈課堂Q&amp;A〉：10.0 %</p>
<p>備考</p>	<p>「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></p>