

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	廣告行銷與研究	授課 教師	牛涵錚 HAN-JEN NIU
	ADVERTISING MARKETING AND RESEARCH		
開課系級	管科系三 P	開課 資料	以實整虛課程 選修 單學期 3學分
	TLGXB3P		
課程與SDGs 關聯性	SDG12 負責任的消費與生產		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、精實管理科學專業。</p> <p>二、學習自我成長。</p> <p>三、連結理論與實務。</p> <p>四、增進團隊合作溝通。</p> <p>五、培養判斷與分析技巧。</p> <p>六、重視組織永續經營。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 事業經營管理能力。(比重：20.00)</p> <p>B. 行銷與流通管理能力。(比重：20.00)</p> <p>C. 統計與決策分析能力。(比重：5.00)</p> <p>D. 財經分析能力。(比重：5.00)</p> <p>E. 團隊合作能力。(比重：20.00)</p> <p>F. 自我管理能力。(比重：15.00)</p> <p>G. 道德倫理能力。(比重：15.00)</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：20.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：20.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：20.00)</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：20.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	<p>*為配合課程進行，開學第二週分組，若當週未能分組者，則不予修課請下次請早！</p> <p>*先修課程「管理學」與「行銷學」相關課程！</p> <p>現今世界環境劇烈變化，人們的價值觀、生活型態與其購買行為也呈現出新風貌。本課程即由瞭解基礎之行銷與消費者行為，進而學習如何考量、判斷與分析，以瞭解與廣告與行銷研究。本程並以輔助同學，取得「TBSA行銷企劃初階證照」為本課程之目標。</p>
	<p>The global environment changes dramatic. People's value, lifestyles and their buying behavior is also toward a new way. One of the goal is introduce students Marketing Management and Buying Behavior, and trying to apply in the real life. Another goal is coach student to get the certification of TBSA elementary marketing planning.</p>

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	讓學生瞭解廣告與行銷研究之基本內涵與操與	Students can realize the basic knowledge of this course and try to make-up a project.

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	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表、實作、體驗、模擬	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)、活動參與、演講或參訪

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註 (採數位教學之週次，請填「線上非同步教學」)
1	111/09/05~ 111/09/11	Introduction	
2	111/09/12~ 111/09/18	聲音的奧妙與感受	
3	111/09/19~ 111/09/25	光影與聲音的搭配	
4	111/09/26~ 111/10/02	廣告與行銷 / 分享活動	
5	111/10/03~ 111/10/09	實務講座/參訪	

6	111/10/10~ 111/10/16	溝通模式與行銷 / 小考	
7	111/10/17~ 111/10/23	瞭解消費者行為 / 廣告與行銷討論	
8	111/10/24~ 111/10/30	個案討論 / 分享	
9	111/10/31~ 111/11/06	線上非同步教學	線上非同步教學
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	個案討論 I	
12	111/11/21~ 111/11/27	個案討論 II	線上非同步教學
13	111/11/28~ 111/12/04	TBSA證照驗收	
14	111/12/05~ 111/12/11	實務講座/參訪	線上非同步教學
15	111/12/12~ 111/12/18	個案廣告分享	
16	111/12/19~ 111/12/25	個案廣告分享	
17	111/12/26~ 112/01/01	個案廣告分享	線上非同步教學
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	<p>課程安排會依學生人數與學習狀況做調整。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.先修課程「管理學」與「行銷學」相關課程。</li> <li>2.證照報考與活動參與，為課程評量一部分。</li> <li>3.上半段課程著重廣告元素認認與行銷、管理相關知識複習為，為證照考試故搭配小考。</li> <li>4.下半段課程主要實做為主，故有討論與活動執行。</li> <li>5.課內著重參與、互動討論，故有至少6次作業分數！</li> </ol>		
教學設備	電腦、投影機、其它(實務講座或參訪)		
教科書與 教材	TBSA商務企劃能力檢定學習手冊2010年 呂長民(2009)，行銷研究，台北：前程文化事業。		
參考文獻			
批改作業 篇數	10 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	<p>◆出席率： 20.0 %   ◆平時評量：40.0 %   ◆期中評量：        %</p> <p>◆期末評量：        %</p> <p>◆其他〈討論、報告〉：40.0 %</p>		

備 考	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 「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。</li><li>2. 依「專科以上學校遠距教學實施辦法」第2條規定：「本辦法所稱遠距教學課程，指每一科目授課時數二分之一以上以遠距教學方式進行」。</li><li>3. 依「淡江大學數位教學施行規則」第3條第2項，本校遠距教學課程須為「於本校遠距教學平台或同步視訊系統進行數位教學之課程。授課時數包含課程講授、師生互動討論、測驗及其他學習活動之時數」。</li><li>4. 如有課程臨時異動(含遠距教學、以實整虛課程之上課時間及教室異動)，請依規定向教務處提出申請。</li></ol> <p><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>
-----	---