

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	運輸行銷管理與公共關係	授課 教師	邱顯明 CHIU HSIEN-MING
	TRANSPORTATION MARKETING MANAGEMENT AND PUBLIC RELATIONS		
開課系級	運管四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLTXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 SDG11 永續城市與社區		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、通曉運輸專業知識。</p> <p>二、熟悉運輸實務基本操作。</p> <p>三、善於口語表達與分組合作。</p> <p>四、掌握系統分析基本技能。</p> <p>五、重視運輸專業倫理。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 具備運輸管理基礎知識。(比重：35.00)</p> <p>B. 熟悉實務導向之專業技能。(比重：15.00)</p> <p>C. 具備口語表達與分組合作能力。(比重：20.00)</p> <p>D. 具備系統分析基礎能力。(比重：10.00)</p> <p>E. 培養運輸倫理、人文關懷與國際視野。(比重：20.00)</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：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：20.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：15.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</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	此課程目的係引導學生如何將行銷與公共關係管理之理論應用於運輸事業。前半學期介紹行銷學、公共關係學等相關理論;後半學期則介紹運輸行銷管理與公共關係之當前最熱門應用課題。
	The purpose of this course is to introduce theory and practice of marketing and public relationship management in the field of transportation business. In the first half-semester, marketing management and public relations are examined. In the second half-semester marketing management and public relations problems are discussed and their linkages with current issues are also explored.

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	學生能夠分辨運輸行銷或公共關係之關鍵課題	Students may understand various transportation marketing or public relations key issues.
2	學生能夠了解行銷學與公共關係學基本理論	Students may understand fundamental theories of marketing management and public relations.
3	學生能夠了解運輸行銷或公共關係學之研究現況與趨勢:美洲、歐洲、亞太地區等國發展現況與趨勢分析	Students may understand transportation marketing management and public relations development in US, Europe and Asia-pacific region.
4	學生能夠著手行銷學與公共關係學與交通運輸結合之應用分析	Students may analyze transportation marketing applications supported by these theories.
5	學生能夠獨立進行運輸行銷與公共關係應用案例之探討	Students may conduct transportation marketing and public relations case studies and surveys.

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	ABCDE	1235	講述、討論	討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
2	情意	ABCD	1234	講述、討論、實作	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	認知	ABCDE	124578	講述、討論、實作	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

4	認知	ABCDE	124567	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
5	技能	ABCDE	145678	討論、實作	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:個案分析、學期報告書大綱	
2	111/09/12~ 111/09/18	21世紀之行銷學與公共關係基本概論	
3	111/09/19~ 111/09/25	行銷管理學基本概念: STP, 4P與4C	
4	111/09/26~ 111/10/02	公共關係之傳播、調查、規劃與執行	
5	111/10/03~ 111/10/09	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論I:鐵公路篇	
6	111/10/10~ 111/10/16	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論II:海空運篇	
7	111/10/17~ 111/10/23	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論III:電信、郵政、觀光篇	
8	111/10/24~ 111/10/30	質性研究方法簡介(含套裝軟體)	
9	111/10/31~ 111/11/06	期中專題報告簡報第一梯次	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	期中專題報告簡報第二梯次	
12	111/11/21~ 111/11/27	量化研究方法簡介(含套裝軟體)	
13	111/11/28~ 111/12/04	當前行銷管理之熱門課題:現況與趨勢、面臨的課題	
14	111/12/05~ 111/12/11	當前公共關係之熱門課題:現況與趨勢、面臨的課題	
15	111/12/12~ 111/12/18	前瞻性之研究方法簡介與學術研究論文撰寫技巧	
16	111/12/19~ 111/12/25	相關領域專家學者演講與討論	
17	111/12/26~ 112/01/01	期末專題報告成果發表	
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

教學設備	電腦、投影機
教科書與教材	行銷研究:實務與理論應用,邱志聖著,三版,智勝文化事業有限公司 2011年6月
參考文獻	A Framework for Marketing Management, Kotler and Keller, Pearson
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：20.0 %   ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉：        %
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>