

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	莊秀禎 CHUANG, HSIU-CHEN
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班二B	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLCXE2B		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 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	<p>本課程將傳遞兼具理論面與實務面的行銷管理相關知識，主要內容包括對消費市場的了解、顧客導向的行銷策略設計、行銷策略組合(產品、價格、通路及推廣策略, 4Ps)的規劃、及現代化行銷工具的應用。透過本課程讓學生對行銷管理有一個系統性與完整性的思考架構，能去了解行銷相關議題並制定有效決策。</p>
	<p>This course will deliver the knowledge of marketing management with both aspects of theory and practice, and the major contents consist of the understanding of consumer market, the formulation of customer-oriented marketing strategy, the planning of marketing-mix strategy, and the application of modern marketing tools. Through this course, the undergraduate students may have a systematic and integral thinking framework to understand the related marketing issues and make the effective decisions.</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	了解行銷管理、市場與定位	Understand the marketing management, market and position and position.
2	了解如何制訂顧客導向的行銷策略。	Understand the formulation of customer-oriented marketing strategy.
3	了解如何規劃行銷組合策略。	Understand the planning of marketing-mix strategies (4P).
4	了解如何使用現代化的行銷工具。	Understand the application of modern marketing tools.

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	AB	1235	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)
2	情意	ABCD	257	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)
3	技能	ABCD	257	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)
4	技能	CD	24678	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)

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、第1章行銷導論	
2	111/09/12~ 111/09/18	第1章 行銷導論、第2章 市場導向的策略管理	
3	111/09/19~ 111/09/25	第2章 市場導向的策略管理、第3章 行銷環境(含SDGs)	
4	111/09/26~ 111/10/02	第5章 消費者市場與其購買行為	
5	111/10/03~ 111/10/09	第6章 組織市場與其購買行為	
6	111/10/10~ 111/10/16	第7章 市場區隔與定位分析	
7	111/10/17~ 111/10/23	第8章 產品管理	
8	111/10/24~ 111/10/30	第9章 新產品開發與產品生命週期	
9	111/10/31~ 111/11/06	第11章 訂價概念	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	第12章 制定價格	
12	111/11/21~ 111/11/27	第13章 行銷通路與實體運配	
13	111/11/28~ 111/12/04	第14章 零售與批發	
14	111/12/05~ 111/12/11	第15章 推廣策略與行銷溝通、第16章 廣告	
15	111/12/12~ 111/12/18	第17章 人員銷售、第18章 促銷與公共關係	
16	111/12/19~ 111/12/25	第19章 行銷的執行與控制	
17	111/12/26~ 112/01/01	第20章 網路行銷	
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		行銷管理 (2021年6月, 八版二刷), 林建煌著, 華泰文化(股)公司總經銷。	
參考文獻		行銷學原理 (2021年8月, 六版二刷), 曾光華、饒怡雲著, 前程文化事業 (股)公司出版。	

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： 20.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆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。