

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 | 羅瑋勻 LO, TANG-YUN |
| | MARKETING MANAGEMENT | | |
| 開課系級 | 國企系進學二B | 開課 資料 | 實體課程 必修 單學期 3學分 |
| | TLFXE2B | | |
| 課程與SDGs 關聯性 | SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 | | |
| 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 | 本課程將介紹行銷觀念的演進、行銷策略的涵義及規劃步驟。利用顧客導向的理論觀念及實務案例，使學生瞭解現代行銷的基本概念與實務，並具備將行銷應用在不同的產業的能力。 |
| | This course will introduce the evolution of marketing, the meaning of marketing strategies and the steps. Students can understand the basic concepts and practices of modern marketing by using customer-oriented approach and practical cases. And let students have the marketing ability in different industries. |

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 | 使學生瞭解現代行銷的基本概念與實務，並具備將行銷應用在不同的產業的能力。 | Let students have the marketing ability in different industries. |

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 | 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 | 導論 | |
| 2 | 111/09/12~ 111/09/18 | 行銷環境分析 | |
| 3 | 111/09/19~ 111/09/25 | 行銷資訊管理 | |
| 4 | 111/09/26~ 111/10/02 | 分析消費者行為 | |
| 5 | 111/10/03~ 111/10/09 | 購買行為 | |
| 6 | 111/10/10~ 111/10/16 | 顧客導向的行銷策略 | |
| 7 | 111/10/17~ 111/10/23 | 市場區隔 | |

| | | | |
|--------------|--|-----------------------------------|--|
| 8 | 111/10/24~ 111/10/30 | 差異化與產品定位 | |
| 9 | 111/10/31~ 111/11/06 | 品牌經營 | |
| 10 | 111/11/07~ 111/11/13 | 期中考試週 | |
| 11 | 111/11/14~ 111/11/20 | 產品開發與策略 | |
| 12 | 111/11/21~ 111/11/27 | 服務與體驗行銷 | |
| 13 | 111/11/28~ 111/12/04 | 價格制定 | |
| 14 | 111/12/05~ 111/12/11 | 行銷通路(1) | |
| 15 | 111/12/12~ 111/12/18 | 行銷通路(2) | |
| 16 | 111/12/19~ 111/12/25 | 整合行銷溝通 | |
| 17 | 111/12/26~ 112/01/01 | 報告與討論 | |
| 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, Philip Kotler, Gary Armstrong, 廖淑伶, 馬友蕙編譯, 高立圖書。 | | |
| 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： 40.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量：60.0 % ◆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。 | | |