

淡江大學 111 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	方郁惠 YU-HUI FANG
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計一碩士班 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLAXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產		
系（所）教育目標			
一、開發研究潛力。 二、整合多元領域。 三、重視倫理道德。 四、建立國際視野。 五、養成宏觀未來。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 具備商管專業的進階知識。(比重：25.00) B. 展現分析解決問題的能力。(比重：15.00) C. 具備口語及書寫溝通能力。(比重：20.00) D. 展現團隊與人際溝通能力。(比重：35.00) E. 關注企業運作的企業倫理。(比重：5.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：15.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：20.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	本課程主要在介紹行銷相關知識和架構，配合實務範例及相關研究，讓同學認識行銷理論及應用，觀察最新行銷運用趨勢，如：數位行銷，大數據，SDG等之應用~
	The objective of this course is to introduce the concepts and practices of Marketing. Real world cases and related research are also involved in this class. This course will be composed of three parts, i.e. 1) literature studies; 2) group/individual presentations; and 3) individual/group reports. Classroom participation and discussion are vital parts of this course.

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	瞭解行銷管理基本理論及架構	Understanding the fundamental concepts and elements of Marketing

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	12345678	講述、討論、發表	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	111/09/05~111/09/11	Introduction & 行銷概念簡介	
2	111/09/12~111/09/18	行銷概念介紹 1 (內容課堂上講授)	
3	111/09/19~111/09/25	行銷概念介紹 2 (內容課堂上講授)	
4	111/09/26~111/10/02	行銷概念介紹 3 (內容課堂上講授)	
5	111/10/03~111/10/09	行銷概念介紹 4 (內容課堂上講授)	
6	111/10/10~111/10/16	行銷實務介紹分析 (分組報告)	

7	111/10/17~ 111/10/23	行銷實務介紹分析 (分組報告)	
8	111/10/24~ 111/10/30	行銷實務介紹分析 (分組報告)	
9	111/10/31~ 111/11/06	行銷實務介紹分析 (分組報告)	
10	111/11/07~ 111/11/13	田野實務調查	戶外教學
11	111/11/14~ 111/11/20	行銷實務介紹分析 (分組報告)	
12	111/11/21~ 111/11/27	行銷實務介紹分析 (分組報告)	
13	111/11/28~ 111/12/04	行銷研究分析報告	
14	111/12/05~ 111/12/11	行銷研究分析報告	
15	111/12/12~ 111/12/18	行銷研究分析報告	
16	111/12/19~ 111/12/25	行銷研究分析報告	
17	111/12/26~ 112/01/01	行銷研究分析報告	
18	112/01/02~ 112/01/08	最後報告確認	線上報告確認
修課應 注意事項	以上為暫訂課程大綱,正式修課大綱將於開學公布在iclass 若有特殊狀況請以email通知老師並事先請假,事後恕不受理!! 以上修課規劃將視實際狀況調整,請同學隨時注意iclass上之最新公告~		
教學設備	(無)		
教科書與 教材	行銷管理, 廖淑伶、馬友蕙 編譯, 2021。高立圖書 (業務代表: 劉家宏 0921-456018)。		
參考文獻	行銷研究 大數據與傳統行銷工具的結合 林呈昱 2019 華泰 指定或補充教材(包含實務案例及相關papers)		
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: % ◆平時評量: 20.0 % ◆期中評量: 30.0 % ◆期末評量: 30.0 % ◆其他〈討論參與〉: 20.0 %		
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。		