

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	行銷研究專題	授課 教師	陳水蓮 CHEN, SHUI-LIEN
	SPECIAL TOPICS ON MARKETING RESEARCH		
開課系級	管科一博士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLGXD1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
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. 決策分析能力。(比重：25.00)</p> <p>B. 統計分析能力。(比重：25.00)</p> <p>C. 財經分析能力。(比重：5.00)</p> <p>D. 組織經營管理能力。(比重：20.00)</p> <p>E. 團隊合作能力。(比重：5.00)</p> <p>F. 自我管理能力。(比重：10.00)</p> <p>G. 道德倫理能力。(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：25.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：10.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：10.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：30.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：5.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	研讀學術國際期刊,尋找出行銷研究趨勢與未來方向
	In this semester, the purpose of this course is simply to equip/enhance students with the capability of conducting academic research in marketing field. For the achievement of this purpose, students are requested to read academic articles in the subject of management. The articles will be assigned throughout the semester. All students will be expected to read the articles in order to participate in the discussion. By the end of this course, students ought to complete a research proposal.

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	每位同學皆研讀學術國際期刊,尋找出研究趨勢與未來方向,期末提研究大綱	All students will be expected to read the articles in order to participate in the discussion. By the end of this course, students ought to complete a research proposal.
2	培育具備優良專業數理分析與邏輯判斷能力之學術人才	To equip/enhance students with the capability of conducting academic research.

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	技能	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表	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	Introduction to the course schedule and a short	
2	111/09/12~111/09/18	Defining Marketing and the Marketing Process	

3	111/09/19~ 111/09/25	Company and Marketing Strategy: Partnering to Build Customer Engagement, Value, and Relationships	
4	111/09/26~ 111/10/02	Managing Marketing Information to Gain Customer Insights	
5	111/10/03~ 111/10/09	Consumer Markets and Buyer Behavior	
6	111/10/10~ 111/10/16	Business Markets and Business Buyer Behavior	
7	111/10/17~ 111/10/23	Customer-Driven Marketing Strategy: Creating Value for Target Customers	
8	111/10/24~ 111/10/30	Product, Services, and Brands: Building Customer Value	
9	111/10/31~ 111/11/06	Pricing: Understanding and Capturing Customer Value /Pricing Strategies: Additional Considerations	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試	
11	111/11/14~ 111/11/20	Marketing Channels: Delivering Customer Value/ Retailing and Wholesaling	
12	111/11/21~ 111/11/27	Engaging Customers and Communicating Customer Value	
13	111/11/28~ 111/12/04	Advertising and Public Relations	
14	111/12/05~ 111/12/11	Personal Selling and Sales Promotion	
15	111/12/12~ 111/12/18	Direct, Online, Social Media, and Mobile Marketing	
16	111/12/19~ 111/12/25	Creating Competitive Advantage	
17	111/12/26~ 112/01/01	The Global Marketplace	
18	112/01/02~ 112/01/08	Social Responsibility and Ethics	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		Academics articles	
參考文獻		Blackwell (2011), Consumer Behavior, 華泰文化	
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：20.0 %   ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。**