

淡江大學 111 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	王炫斌 HSUAN-PIN WANG
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計二P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLAXB2P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
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	本課程目標為學習行銷學之理論架構及實務應用。本學期課程內容主要包括：品牌策略、行銷策略、訂價策略及其他重要的行銷架構。期使學生能對行銷具備基本認識並予以活用。
	The main purpose of this course is to introduce the theoretical framework and practice of marketing. We will introduce the brand strategy, marketing strategy, pricing strategy and other important framework of marketing. Further, students can understand and prepare a interesting proposal when and financial statements, then analyze financial information.

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	學習與理解行銷學基本原則與理論架構	Learning and understanding the basic concept and theoretical framework of marketing
2	學習與理解實務或日常生活中如何分析及應用相關知識。	Learn and understand how to apply the related knowledge in practice.

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	測驗、討論(含課堂、線上)
2	技能	ABCD	12345678	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	112/02/13~ 112/02/19	課程介紹及分組	
2	112/02/20~ 112/02/26	第 1 章 行銷的本質	
3	112/02/27~ 112/03/05	第 1 章 行銷的本質	
4	112/03/06~ 112/03/12	第 2 章 行銷環境	
5	112/03/13~ 112/03/19	第 2 章 行銷環境	

6	112/03/20~ 112/03/26	第 3 章 消費者市場與消費者行為	
7	112/03/27~ 112/04/02	教學觀摩周	
8	112/04/03~ 112/04/09	第 3 章 消費者市場與消費者行為	
9	112/04/10~ 112/04/16	第 5 章 市場區隔、目標市場與定位	
10	112/04/17~ 112/04/23	期中考試週	
11	112/04/24~ 112/04/30	第 5 章 市場區隔、目標市場與定位	
12	112/05/01~ 112/05/07	第 6 章 產品基本概念與產品屬性	
13	112/05/08~ 112/05/14	第 7 章 新產品發展與產品生命週期	
14	112/05/15~ 112/05/21	小組報告	
15	112/05/22~ 112/05/28	小組報告	
16	112/05/29~ 112/06/04	第 8 章 服務行銷	
17	112/06/05~ 112/06/11	第 9 章 價格訂定	
18	112/06/12~ 112/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>※請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。 ※因應著作權法規範及書商要求，部分教材不提供下載，請自行登入iclass線上閱覽。 ※課程進行中，請同學務必參與討論、主動發言。 ※上課時，不得使用手機等三C產品，以免影響學習成效。若吵鬧影響到上課秩序者，學期成績將酌予扣分。 ※(若有)上課採隨機點名，如無法上課應於上課前以e-mail向老師請假，點名後再適時提供相關證明。未事先請假者，概不受理。 ※本課程之上課進度與範圍將視學生學習狀況與成效有所調整。 ※如考試週請假，依校規辦理。補考將更換考題，超過60分的部分打八折計算。 ※本課程相關考試作弊者，除依校規處分外，學期總成績一律為0分。 ※成績請自行掌握，特別是期末考前三周以後不接受任何原因(例如延畢、緊急變動)要求補救或調分。</p>		
教學設備	電腦		
教科書與 教材	行銷學原理(第六版)，曾光華、饒怡雲著，前程文化		
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	<p>◆出席率： % ◆平時評量：15.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆其他〈小組報告〉：35.0 %</p>		

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。