

淡江大學 1 1 1 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷企劃	授課 教師	黃癸榕 HUANG KUEI-JUNG
	MARKETING PLANNING		
開課系級	資管四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLMXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施		
系 (所) 教育 目 標			
一、精進資訊管理知能。 二、提升資訊科技專業。 三、獨立思考邏輯分析。 四、強化團隊合作能力。 五、重視企業資訊倫理。 六、培育全球化世界觀。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 問題分析與關鍵思考。(比重：5.00) B. 企業基礎與實務知識。(比重：50.00) C. 資訊系統運用。(比重：5.00) D. 程式設計。(比重：5.00) E. 網路系統規劃。(比重：5.00) F. 資料庫設計與管理。(比重：5.00) G. 資訊系統分析、設計與整合。(比重：5.00) H. 專案管理。(比重：20.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：30.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：5.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：30.00)			

8. 美學涵養。(比重：15.00)

課程簡介	<p>本課程將介紹行銷企劃的功能、行銷企劃程序、行銷企劃書架構與格式、相關分析與評估、企劃目標建立與目標市場選定、商品設計與供應體系建立、經營模式設計與行銷模式創新、行銷策略規劃與推導、行銷計畫活動與網路行銷、行銷企劃製作與執行。課程內容除主題要項講授之外，另將進行個案研討及分組討論與實例製作。</p>
	<p>This course covers the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Functions of marketing planning • Procedures of developing a marketing plan • Structure and format of a marketing plan • Related analyses and evaluations. • Planning goals and target market selection. • Product/service design and supply chain constructing. • Business model design and innovation. • Development of marketing strategies. • Marketing programs and digital marketing. • Marketing plan writing and implementation <p>In addition to giving lectures in listed topics, case study and group discussion & project will also be included.</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	1.讓學生了解行銷企劃的功能。 2.讓學生熟習行銷企劃的程序及格式。	1. Understand the functions of marketing planning. 2. Study the procedures and format of developing a marketing plan.
2	3.教導進行相關分析與評估,並瞭解商品與經營模式之設計與創新。 4.訓練學生發展行銷策略與方案。 5.訓練學生製作行銷企劃並瞭解如何執行。	3. Teach students to conduct related analyses and evaluations, understand the design and innovation of product/service & business model. 4. Train students to develop marketing strategies and programs. 5. Select a specific product or service for marketing plan development and teach how to implement a marketing plan.

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	ABCH	12345678	講述、討論、實作	測驗、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)

2	認知	ABCDEFGH	12345678	講述、討論、實作	測驗、討論(含課堂、線上)、實作、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	課程簡介、企劃概論	
2	112/02/20~ 112/02/26	行銷企劃書架構與格式 (基本資料)	
3	112/02/27~ 112/03/05	相關分析與評估	
4	112/03/06~ 112/03/12	企劃目標建立與目標市場選定	
5	112/03/13~ 112/03/19	商品設計呈現與供應體系建立	
6	112/03/20~ 112/03/26	經營模式設計與行銷模式創新	
7	112/03/27~ 112/04/02	行銷策略規劃與推導	
8	112/04/03~ 112/04/09	行銷計畫活動與網路行銷	
9	112/04/10~ 112/04/16	行銷企劃案製作	
10	112/04/17~ 112/04/23	期中考試週	
11	112/04/24~ 112/04/30	行銷企劃執行與案例	
12	112/05/01~ 112/05/07	分組報告	
13	112/05/08~ 112/05/14	分組報告	
14	112/05/15~ 112/05/21	行銷企劃與資訊管理	
15	112/05/22~ 112/05/28	畢業考試週	
16	112/05/29~ 112/06/04	---	
17	112/06/05~ 112/06/11	---	
18	112/06/12~ 112/06/18	---	

修課應 注意事項	平時評量包括討論參與等

教學設備	電腦、投影機
教科書與教材	黃癸榕, 經營管理與創新企劃：行銷企劃篇, AlohaserNet, 2018年.
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： 15.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆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。