

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	行銷管理研討	授課 教師	梁德昭 LIANG TE-CHAO
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管一碩士班 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLMXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG12 負責任的消費與生產		
系 (所) 教育目標			
致力於資訊科技與經營管理知識之科際整合研究發展，為國家與社會培育兼具資訊技術能力與現代管理知識的中高階人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 現代管理知識應用。(比重：20.00)</p> <p>B. 邏輯思考。(比重：10.00)</p> <p>C. 關鍵分析。(比重：10.00)</p> <p>D. 結合資訊技術與管理。(比重：20.00)</p> <p>E. 研究與創新。(比重：15.00)</p> <p>F. 資料分析與應用。(比重：10.00)</p> <p>G. 資通安全管理。(比重：5.00)</p> <p>H. 言辭與文字表達。(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：15.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：20.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：20.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：10.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	本課程先以行銷管理的基本認識開始介紹一般的行銷觀念。重點將著重於電子化行銷 (E-Marketing)的規劃與管理。
	This course will beginning with introducing the fundamental concepts of Marketing Management, then will major focus on the E-Marketing, including planning and management.

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	具備基本行銷管理的認識, 進而在電子行銷上做深入探討。	Have the basic knowledge of Marketing Management and furthermore can do deeply study on the E-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	ABCDEFGH	12345678	講述、討論	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	Introduction to Marketing Management	
2	112/02/20~ 112/02/26	Strategic E-Marketing and Performance Metrics	
3	112/02/27~ 112/03/05	The E-Marketing Plan	
4	112/03/06~ 112/03/12	Global E-Markets 3.0	
5	112/03/13~ 112/03/19	Ethic and Legal Issues	
6	112/03/20~ 112/03/26	E-Marketing Research	
7	112/03/27~ 112/04/02	Connected Consumers Online	

8	112/04/03~ 112/04/09	Segmentation, Targeting, Differentiation, and Positioning Strategies	
9	112/04/10~ 112/04/16	E-Marketing Management	
10	112/04/17~ 112/04/23	Product: The Online Offer	
11	112/04/24~ 112/04/30	Price: The Online Value	
12	112/05/01~ 112/05/07	Place: The Internet for Distribution	
13	112/05/08~ 112/05/14	Promotion and Communication of E-Marketing	
14	112/05/15~ 112/05/21	E-Marketing Communication: Owned Media	
15	112/05/22~ 112/05/28	E-Marketing Communication: Paid Media	
16	112/05/29~ 112/06/04	E-Marketing Communication: Earned Media	
17	112/06/05~ 112/06/11	Customer Relationship Management	
18	112/06/12~ 112/06/18	Summary and Discussion	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		E-Marketing, by Judy Strauss and Raymond Frost, 華泰代理	
參考文獻		網路行銷概論 E-Marketing, 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： % ◆平時評量：40.0 % ◆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。	