

淡江大學 112 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	創新行銷暨品牌永續經營	授課 教師	吳耀邦 WU,YAO-PANG
	INNOVATIVE MARKETING AND BRAND SUSTAINABILITY		
開課系級	共同科－商管 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TGLXB0A		
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 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、習得瞭解專業知識。 二、有效學習自我規劃。 三、植基理論契合實務。 四、人際溝通團隊合作。 五、分析問題提供建議。 六、道德知覺全球公民。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：30.00) B. 具備專業知識的表達能力。(比重：30.00) C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：20.00) D. 具體審辨分析的思考能力。(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：20.00) 2. 資訊運用。(比重：15.00) 3. 洞悉未來。(比重：15.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 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：10.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	1.了解新創事業及新創品牌差異性 2.行銷工具演進與創新 3.企業經營品牌及行銷成本分析 4.品牌永續經營探討及個案研究
	1. Understand the differences between new ventures and new brands 2. Evolution and innovation of marketing tools 3. Analysis of business brand and marketing cost 4. Discussion on sustainable brand management and case studies

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.建立產品行銷基本概念 2.認識品牌經營及成本分析 3.學習企業行銷經營個案研究 4.建立品牌永續經營基本概念	1. Cultivate the basic concepts of product marketing 2. Understand brand management and cost analysis 3. Case studies on corporate marketing and management 4. Establish the basic concept of sustainable brand management

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、發表	作業、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	112/09/11~ 112/09/17	新創產品流程	
2	112/09/18~ 112/09/24	產品創新與新創產品之差異	
3	112/09/25~ 112/10/01	新創品牌流程	
4	112/10/02~ 112/10/08	品牌創新與新創品牌之差異	
5	112/10/09~ 112/10/15	產品行銷與品牌價值經營	

6	112/10/16~ 112/10/22	產品行銷與品牌價值經營	
7	112/10/23~ 112/10/29	產品經營個案研究	
8	112/10/30~ 112/11/05	品牌經營個案研究	
9	112/11/06~ 112/11/12	期中考試週(期中書面報告:產品經營個案分析)	
10	112/11/13~ 112/11/19	行銷方式演進及創新	
11	112/11/20~ 112/11/26	行銷方式演進及創新	
12	112/11/27~ 112/12/03	企業經營品牌及行銷成本分析	
13	112/12/04~ 112/12/10	企業經營品牌及行銷成本分析	
14	112/12/11~ 112/12/17	新創事業及品牌之核心價值	
15	112/12/18~ 112/12/24	產品永續與品牌永續之經營差異	
16	112/12/25~ 112/12/31	產品永續與品牌永續之經營差異	
17	113/01/01~ 113/01/07	期末考試週(期末書面報告:品牌經營個案分析)	
18	113/01/08~ 113/01/14	教師彈性教學週(應安排學習活動如補救教學、專題學習或者其他教學內容,不得放假)	
課程培養 關鍵能力		自主學習、社會參與、問題解決	
跨領域課程		STEAM課程(S科學、T科技、E工程、M數學,融入A人文藝術領域) 素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))	
特色教學 課程		專題/問題導向(PBL)課程	
課程 教授內容		邏輯思考 永續議題	
修課應 注意事項		1.本課程著重在學習參與及互動 2.課程出席率佔學期分數比率高	
教科書與 教材		自編教材:簡報、講義 採用他人教材:簡報、影片	
參考文獻			

學期成績 計算方式	◆出席率： 40.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆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。