

淡江大學 112 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷學	授課 教師	吳文彬 WU WEN-PIN
	MARKETING		
開課系級	產經四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLEXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 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、奠定產業經濟專業。 二、強化多元知識學習。 三、培養研究分析能力。 四、提升品德倫理修養。 五、拓展全球宏觀視野。 六、鍛造產業領導人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 能具備產業經濟學相關領域之專業知識。(比重：5.00) B. 能利用課程理論針對時事進行分析。(比重：5.00) C. 能具備跨領域之多元專業知識與終身學習的能力。(比重：45.00) D. 能具備學術深造的潛力。(比重：5.00) E. 能將經濟理論與實務結合，以提升競爭力。(比重：40.00)			
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：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：25.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：5.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	本課程主要介紹行銷學理論之主要架構與實務上之應用，包含行銷之意涵、行銷環境之觀察、行銷上之四P(產品、價格、通路及推廣)、服務業行銷等相關概念。
	The objects of marketing are to introduce the application of concepts, tools and procedures employed by marketing managers . Specific attention is given to Products development, channel selection and management, price setting and promotion development.

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	本課程主要介紹行銷學理論之主要架構與實務上之應用，包含行銷之意涵、行銷環境之觀察、行銷上之四P(產品、價格、通路及推廣)、服務業行銷等相關概念。	The objects of marketing are to introduce the application of concepts, tools and procedures employed by marketing managers . Specific attention is given to Products development, channel selection and management, price setting and promotion development.

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	ABCDE	12345678	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	112/09/11~ 112/09/17	課程介紹及上課方式說明	
2	112/09/18~ 112/09/24	第一章 行銷的本質	
3	112/09/25~ 112/10/01	第二章 行銷環境	
4	112/10/02~ 112/10/08	第三章 消費者市場與消費者行為	
5	112/10/09~ 112/10/15	第三章 消費者市場與消費者行為	
6	112/10/16~ 112/10/22	第四章 目標市場行銷1	

7	112/10/23~ 112/10/29	第四章 目標市場行銷1	
8	112/10/30~ 112/11/05	複習	
9	112/11/06~ 112/11/12	期中考試週	
10	112/11/13~ 112/11/19	第五章 產品基本概念與產品屬性	
11	112/11/20~ 112/11/26	第六章 品牌	
12	112/11/27~ 112/12/03	第七章 新產品發展與產品生命週期	
13	112/12/04~ 112/12/10	第八章 服務行銷	
14	112/12/11~ 112/12/17	第八章 服務行銷	
15	112/12/18~ 112/12/24	第九章 價格訂定	
16	112/12/25~ 112/12/31	第九章 價格訂定	
17	113/01/01~ 113/01/07	期末考試週	
18	113/01/08~ 113/01/14	無	
課程培養 關鍵能力		自主學習、人文關懷、問題解決	
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容		永續議題	
修課應 注意事項		出席率佔總成績之30%，按缺席次數依等差級數扣分。全學期超過五次(含五次)點名未到者，期末考扣考。	
教科書與 教材		採用他人教材:教科書、簡報	
參考文獻		行銷學原理 黃俊英著 新消費者心理學 陳琇玲譯	

學期成績 計算方式	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆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。