

淡江大學 112 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷策略規劃	授課 教師	陳水蓮 CHEN, SHUI-LIEN
	THE PLANNING OF MARKETING STRATEGY		
開課系級	管科一碩專班 A	開課 資料	以實整虛課程 選修 單學期 3學分
	TLGXJ1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
系（所）教育目標			
<p>一、精實管理科學專業。</p> <p>二、學習自我成長。</p> <p>三、連結理論與實務。</p> <p>四、增進團隊合作溝通。</p> <p>五、培養判斷與分析技巧。</p> <p>六、重視組織永續經營。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 決策分析能力。(比重：30.00)</p> <p>B. 統計分析能力。(比重：5.00)</p> <p>C. 財經分析能力。(比重：5.00)</p> <p>D. 組織經營管理能力。(比重：10.00)</p> <p>E. 團隊合作能力。(比重：30.00)</p> <p>F. 自我管理能力。(比重：10.00)</p> <p>G. 道德倫理能力。(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：15.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：5.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：30.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</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	本課程主要在於發展一個結構性的架構來協助同學瞭解以及執行行銷功能。透過學習如何成功地將行銷功能各要素整合到一個具有策略性與一致性的行銷計畫，同學將會廣泛地接觸到以下的議題行銷系統之架構、策略性規劃、行銷組織、行銷環境、市場區隔與目標市場之選定、行銷組合策略等層面。
	The main purpose of this course is to develop a structural framework to help the students understand and practice the marketing function. By learning the integration for the marketing function and related elements as a strategic and consistent marketing plan, the students will extensively get in touch with the following issues: marketing framework, marketing organization, marketing environment, segmentation and market target, and marketing mix etc.

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	培育解決企業行銷管理能力的人才。	Designing and Managing Integrated Marketing Communications

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	技能	ABCDEF	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 (採數位教學之週次，請填「線上非同步教學」)
1	112/09/11~112/09/17	Understanding Marketing Management 《管理的實踐》第五章“企業是什麼”	
2	112/09/18~112/09/24	《管理：使命、責任、實務》第六章“什麼是企業”	
3	112/09/25~112/10/01	以實整虛	線上非同步教學
4	112/10/02~112/10/08	Analyzing Consumer Markets-B2C 《為成果而管理》博雅出版社，2021，第六章“顧客造就企業”	
5	112/10/09~112/10/15	Analyzing Consumer Markets-B2B 《為成果而管理》博雅出版社，2021，第六章“顧客造就企業”	

6	112/10/16~ 112/10/22	以實整虛	線上非同步教學
7	112/10/23~ 112/10/29	Identifying Market Segments and Targets	
8	112/10/30~ 112/11/05	Setting Product Strategy and Building Strong Brands 《管理未來》博雅出版社, 2021, 第32章, “未來適用的四個行銷教訓”關於產品策略	
9	112/11/06~ 112/11/12	期中考試週	
10	112/11/13~ 112/11/19	Developing Pricing Strategies and Programs 《為成果而管理》博雅出版社, 2021, 第四章“我們做得如何”關於定價	
11	112/11/20~ 112/11/26	Designing and Managing Integrated Marketing Channels	
12	112/11/27~ 112/12/03	以實整虛	線上非同步教學
13	112/12/04~ 112/12/10	Developing Promotion Strategies and Programs	
14	112/12/11~ 112/12/17	以實整虛	線上非同步教學
15	112/12/18~ 112/12/24	《巨變時代的管理》, 博雅出版社, 2022, 第三章“企業的五大罪狀”	
16	112/12/25~ 112/12/31	《失落的杜拉克管理藝術》, 博雅出版社, 2022, 第七章“社會生態學與把管理作為一種博雅技藝來實踐”	
17	113/01/01~ 113/01/07	企劃簡報	
18	113/01/08~ 113/01/14	期末考試週	
課程培養 關鍵能力	國際移動、社會參與		
跨領域課程	授課教師專業領域教學內容以外, 融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者進行知識(教學)分享		
特色教學 課程	專案實作課程		
課程 教授內容	綠色能源 永續議題		
修課應 注意事項			
教科書與 教材	自編教材:簡報		

<p>參考文獻</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 《管理：使命、責任、實務》第六章“什麼是企業”</li> <li>2. 《管理的實踐》第五章“企業是什麼”</li> <li>3. 《為成果而管理》博雅出版社，2021，第六章“顧客造就企業”</li> <li>4. 《管理未來》博雅出版社，2021，第32章，“未來適用的四個行銷教訓”關於產品策略：</li> <li>5. 《為成果而管理》博雅出版社，2021，第四章“我們做得如何”關於定價：</li> <li>6. 《巨變時代的管理》，博雅出版社，2022，第三章“企業的五大罪狀”</li> <li>7. William A. Cohen：Drucker on Marketing: Lessons from the World's Most Influential Business Thinker, McGraw Hill, 2013</li> <li>8. 《跟德魯克學行銷》，威廉&amp;#amp;#183;科恩，中信出版社，2013</li> <li>9. Marketing Management, 13th Edition, by Philip Kotler; Kevin Lane Keller, 2008</li> <li>10. 《失落的杜拉克管理藝術》，博雅出版社，2022，第七章“社會生態學與把管理作為一種博雅技藝來實踐”</li> </ol>
<p>學期成績 計算方式</p>	<p>◆出席率： 30.0 %   ◆平時評量：30.0 %   ◆期中評量：40.0 %          ◆期末評量：        %          ◆其他〈 〉：        %</p>
<p>備考</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 「教學計畫表管理系統」網址：<a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</li> <li>2. 依「專科以上學校遠距教學實施辦法」第2條規定：「本辦法所稱遠距教學課程，指每一科目授課時數二分之一以上以遠距教學方式進行」。</li> <li>3. 依「淡江大學數位教學施行規則」第3條第2項，本校遠距教學課程須為「於本校遠距教學平台或同步視訊系統進行數位教學之課程。授課時數包含課程講授、師生互動討論、測驗及其他學習活動之時數」。</li> <li>4. 如有課程臨時異動(含遠距教學、以實整虛課程之上課時間及教室異動)，請依規定向教務處提出申請。</li> </ol> <p><b>※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。</b></p>