

淡江大學 112 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	黃貴樹 HUANG, KUEI-SHU
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計二P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLAXB2P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG12 負責任的消費與生產		
系（所）教育目標			
<p>一、習得瞭解專業知識。</p> <p>二、有效學習自我規劃。</p> <p>三、植基理論契合實務。</p> <p>四、人際溝通團隊合作。</p> <p>五、分析問題提供建議。</p> <p>六、道德知覺全球公民。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：40.00)</p> <p>B. 具備專業知識的表達能力。(比重：40.00)</p> <p>C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：10.00)</p> <p>D. 具體審辨分析的思考能力。(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：5.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：15.00)</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	本課程將透過自主學習、課中講授、以及課堂分組討論報告等方式，了解行銷的基本概念、架構、以及各種利害關係人的相關策略。
	This course will utilize methods such as self-directed learning, in-class lectures, and group discussions to understand the basic concepts, frameworks, and various stakeholder-related strategies of marketing.

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	培養學生具備行銷管理基本知識	Cultivate students with basic knowledge of marketing management
2	提升學生對於行銷策略的分析能力	Improve students' analytical skills in marketing strategies
3	建構行銷方案規劃與執行能力	Build marketing plan planning and execution capabilities

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	測驗、作業
2	情意	ABCD	12345678	討論、發表、實作	討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
3	技能	ABCD	12345678	發表	作業、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	113/02/19~ 113/02/25	課程介紹與相關規定	
2	113/02/26~ 113/03/03	行銷導論	
3	113/03/04~ 113/03/10	1.行銷環境 2.團隊建立	

4	113/03/11~ 113/03/17	消費者市場與其購買行為	
5	113/03/18~ 113/03/24	組織市場與其購買行為	
6	113/03/25~ 113/03/31	市場區隔與定位分析	
7	113/04/01~ 113/04/07	兒童節連假	
8	113/04/08~ 113/04/14	創造產品價值(產品策略)	
9	113/04/15~ 113/04/21	期中考試週	
10	113/04/22~ 113/04/28	從設計思考談服務行銷	
11	113/04/29~ 113/05/05	價格策略	
12	113/05/06~ 113/05/12	通路策略	
13	113/05/13~ 113/05/19	推廣與行銷策略	
14	113/05/20~ 113/05/26	期末分組報告1	
15	113/05/27~ 113/06/02	期末分組報告2	
16	113/06/03~ 113/06/09	期末分組報告3	
17	113/06/10~ 113/06/16	期末考試週(本學期期末考試日期 為:113/6/11-113/6/17)	
18	113/06/17~ 113/06/23	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			
特色教學 課程	專題/問題導向(PBL)課程 協同教學(校內多位老師、業師)課程		
課程 教授內容	永續議題		
修課應 注意事項	請假請依學校規定辦理：缺課總時數達授課時數三分之一時，學期成績以零分計算。		

教科書與教材	自編教材:簡報、講義 採用他人教材:教科書 教材說明: 上課用書:林建煌(2023)。行銷學,第七版,台北:華泰文化。參考用書1:曾光華、饒怡雲(2023)。行銷學原理,第六版,台北:前程文化。參考用書2,廖淑伶、馬友蕙編譯(2023)。行銷學,第三版,新北市:高立圖書
參考文獻	
學期成績計算方式	◆出席率: 10.0 % ◆平時評量:10.0 % ◆期中評量:20.0 % ◆期末評量:30.0 % ◆其他〈期末分組報告〉:30.0 %
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。