

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	李春南 LEE CHUN-NAN
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	財金二 B	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLBXB2B		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
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：40.00) B. 具備專業知識的表達能力。(比重：40.00) C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：10.00) D. 具體審辨分析的思考能力。(比重：10.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：30.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：15.00) 5. 獨立思考。(比重：5.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：30.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	本課程目的在藉由基礎行銷管理的理論介紹，透過實際案例的討論、說明與練習，以熟悉行銷世界的趨勢與脈動；學習行銷管理的各種程序與如何利用行銷工具，以增加消費者數量與改善消費者滿意度，進而達成企業經營的目標。
	In this course, you will learn the fundamentals of marketing management and operation process through real world business examples, illustrations, cases and exercises to catch the marketing management development and trend. You will learn how marketing management processes and tools can be used to increase customer base and improve customer satisfaction finally to achieve company business goals and values.

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	提供學生具備行銷管理的專業知識	Building a basic understanding of key concepts in marketing management
2	培育學生具備企劃與專業分析思考能力，並運用行銷理論與技能以完成行銷規劃作業	Applying marketing theory and skills training to complete marketing plan with business planning and analysis capability

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	1245678	講述、討論、發表	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCD	1234678	講述、討論、發表	測驗、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	113/02/19~ 113/02/25	課程介紹 & 行銷導論	
2	113/02/26~ 113/03/03	市場導向的策略管理 & 分析行銷環境	
3	113/03/04~ 113/03/10	管理行銷資訊	

4	113/03/11~ 113/03/17	購買行為 & 顧客價值	
5	113/03/18~ 113/03/24	直效、線上、社群媒體和行動行銷	
6	113/03/25~ 113/03/31	產品、服務與品牌	
7	113/04/01~ 113/04/07	OFF	
8	113/04/08~ 113/04/14	發展新產品與管理產品生命週期	
9	113/04/15~ 113/04/21	期中考試週	
10	113/04/22~ 113/04/28	數位行銷	
11	113/04/29~ 113/05/05	行銷通路	
12	113/05/06~ 113/05/12	零售與批發	
13	113/05/13~ 113/05/19	溝通顧客價值：廣告與公共關係	
14	113/05/20~ 113/05/26	人員銷售與促銷	
15	113/05/27~ 113/06/02	期末簡報(1)	
16	113/06/03~ 113/06/09	期末簡報(2)	
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、問題解決	
跨領域課程			
特色教學 課程		創意思考與訓練	
課程 教授內容		邏輯思考 A I 應用	
修課應 注意事項		課應 注意事項 1.每周皆會以書本與國內外實際行銷案例進行研討，鼓勵同學發言討論與激發三創(創新、創意、創業) 2.引導同學如何做好簡報以及如何準備簡報資料的內容 3.修課同學需加入臉書粉絲團，以便隨時接收產業與行銷和廣告訊息 4.本課程以一般行銷管理理論為基礎，搭配數位行銷做為實際應用 5.課程內容預計涵蓋金融科技、元宇宙、人工智慧、大數據、手機等相關行銷內容	

教科書與教材	自編教材:影片、學習單 採用他人教材:教科書 教材說明: 曾光華, 行銷管理:理論解析與實務應用, 前程出版。 林建煌, 行銷管理, 華泰文化。
參考文獻	
學期成績計算方式	◆出席率: 10.0 % ◆平時評量: 30.0 % ◆期中評量: 30.0 % ◆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。