

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	吳雅鈴 WU, YA-LING
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管三 C	開課 資料	以實整虛課程 必修 單學期 3學分
	TLMXB3C		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG11 永續城市與社區		
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	本課程介紹行銷管理基礎理論與實務。課程內容包括：瞭解行銷管理、掌握行銷洞察力、連結顧客、建立強勢品牌、創造價值、傳遞價值、溝通價值、永續成功的行銷。
	This course introduces the fundamental theories and practices of marketing management. Topics include Understanding Marketing Management, Capturing Marketing Insights, Connecting with Customers, Building Strong Brands, Shaping the Market Offerings, Delivering Value, Communicating Value, and Conducting Marketing Responsibly for Long-term Success.

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	學生將能夠瞭解及應用行銷管理基礎理論與實務。	Student will be able to understand and apply the fundamental concepts and practices of marketing 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	測驗、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	113/02/19~ 113/02/25	課程介紹	分組+線上自我介紹
2	113/02/26~ 113/03/03	Ch 1. 現代行銷新實貌	線上非同步教學：iClass教學平台
3	113/03/04~ 113/03/10	Ch 2. 行銷規劃與管理	線上非同步教學：iClass教學平台
4	113/03/11~ 113/03/17	Ch 1 & 2. 行銷管理的基本原則	
5	113/03/18~ 113/03/24	Ch 3. 分析消費者市場	
6	113/03/25~ 113/03/31	Ch 6. 辨識市場區隔與目標顧客	第一組Electrolux報告

7	113/04/01~ 113/04/07	No class (教學行政觀摩日)	
8	113/04/08~ 113/04/14	Ch 7.打造顧客價值主張和定位	第二組IKEA報告
9	113/04/15~ 113/04/21	期中考試週	
10	113/04/22~ 113/04/28	Ch 10.建立強勢品牌	第三組Nespresso報告
11	113/04/29~ 113/05/05	Ch 11. 管理訂價與促銷	第四組P&G報告
12	113/05/06~ 113/05/12	Ch 12. 管理行銷溝通	第五組RED BULL報告
13	113/05/13~ 113/05/19	Ch 13. 在數位時代設計整合行銷活動	第六組Evian報告
14	113/05/20~ 113/05/26	Ch 15.配銷通路的設計與管理	線上非同步教學：iClass教學平台
15	113/05/27~ 113/06/02	Ch 21.社會責任行銷	線上非同步教學：iClass教學平台
16	113/06/03~ 113/06/09	Final Report	
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、跨領域		
跨領域課程	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	USR課程		
課程 教授內容	邏輯思考 永續議題		
修課應 注意事項	1.缺席一次扣學期總成績 2 分，全勤者將加學期總分 3 分。全勤紀錄由第一週即開始紀錄，而非加退選之後才計算。 2.第一周課程就要開始分組，請務必來上課！ 3.上課前請務必至iClass查閱課程公告		
教科書與 教材	採用他人教材:教科書 教材說明: Philip Kotler, Kevin Lane Keller, and Alexander Chernev, 楊景傳, 徐世同(譯), 行銷管理(Kotler/Marketing Management GE, 16e), 華泰文化, 2023。		
參考文獻			

<p>學期成績 計算方式</p>	<p>◆出席率： % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈個案報告〉：30.0 %</p>
<p>備 考</p>	<p>1. 「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。</p> <p>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」。</p> <p>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」。</p> <p>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。</p> <p>※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。</p>