

淡江大學 113 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	林成達 CHENG-TA, LIN
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管二 C	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3 學分
	TLCXB2C		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG5 性別平等 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG12 負責任的消費與生產		
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	本課程之目的在介紹行銷管理領域中，有關的基本概念與應用及管理在規劃營運活動中所採行的策略等。經由理論講述及範例探討之方式，以建立同學對於行銷管理之瞭解與興趣。課程內容不牽涉任何公式或計算，以管理運用為原則，以利同學瞭解行銷管理的涵義及實務應用的關聯性。
	The purpose of this course is to introduce the basic concepts of marketing management field, relevant basic conception and application, enterprise conduct planning activity to select method. It's via of way the theory and discuss example, in order to set up classmate's understanding and interest to marketing management. The course content does not involve any formula or calculation, take managing and using as the principle, let classmate understand with favorable marketing management conditions and whom enterprise run getting related

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	1.探討行銷的理論與應用。 2.強調重要觀念的解析。 3.以國內外實例解釋學理的實務價值。	1. The course explored the theory and application of marketing. 2. The course emphasize that analysis of important concepts. 3. The course explain the practical value of academic theory with domestic and foreign examples.

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、模擬	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	113/09/09~ 113/09/15	課程介紹；課堂規定與評分標準 第1章 行銷導論	分組
2	113/09/16~ 113/09/22	市場導向的策略管理 及 行銷環境	
3	113/09/23~ 113/09/29	行銷資訊與行銷研究	
4	113/09/30~ 113/10/06	消費者市場與其購買行為	

5	113/10/07~ 113/10/13	市場區隔與定位分析	
6	113/10/14~ 113/10/20	產品管理	
7	113/10/21~ 113/10/27	新產品開發與產品生命週期	
8	113/10/28~ 113/11/03	服務行銷	
9	113/11/04~ 113/11/10	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	113/11/11~ 113/11/17	訂價與策略	
11	113/11/18~ 113/11/24	行銷通路與實體運配	
12	113/11/25~ 113/12/01	行銷通路與實體運配 網路行銷	
13	113/12/02~ 113/12/08	推廣策略與行銷溝通	
14	113/12/09~ 113/12/15	廣告	
15	113/12/16~ 113/12/22	人員銷售	
16	113/12/23~ 113/12/29	促銷與公共關係	
17	113/12/30~ 114/01/05	期末考/期末評量週(老師得自行調整週次)	
18	114/01/06~ 114/01/12	教師彈性教學週(原則上不上實體課程, 教師得安排教學活動或期末評量等)	
課程培養 關鍵能力	自主學習、資訊科技、社會參與、人文關懷、問題解決、跨領域		
跨領域課程	<p>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))</p> <p>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</p>		
特色教學 課程	<p>專案實作課程</p> <p>翻轉教學課程</p> <p>專題/問題導向(PBL)課程</p>		
課程 教授內容	<p>邏輯思考</p> <p>AI 應用</p> <p>永續議題</p>		
修課應 注意事項	<p>1.課程中將有加入生活中資訊包含廣告/產品/社群等，不涉入任何推銷推廣及政治立場，請同學多多涉略。</p> <p>2.課程中禁止使用行動裝置(手機坪板..)觀看與課程無關之內容(如追劇/手遊/看比賽/聊天....)</p> <p>3.追求高分的雞會就是好好努力上課</p>		

教科書與教材	自編教材:簡報 教材說明: 林建煌, 行銷管理, 第九版, 總經銷: 華泰文化 採用他人教材:教科書 教材說明: 林建煌, 行銷管理, 第九版, 總經銷: 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: 20.0 % ◆期中評量: 30.0 % ◆期末評量: 30.0 % ◆其他〈課堂報告回應〉: 10.0 %
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。