

淡江大學 113 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷策略與實務	授課 教師	羅澤毅 LO, TSE-YI
	MARKETING STRATEGIES AND PRACTICE		
開課系級	國企系進學四 B	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLFXE4B		
課程與SDGs 關聯性	SDG1 消除貧窮 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、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。 二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。 三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：20.00) B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：20.00) C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：20.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：40.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：30.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) 6. 樂活健康。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：5.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	本課程的目的在於介紹行銷的基本概念與框架，協助學習者瞭解行銷管理的原理與知識，包括環境分析、市場區隔、產品管理、價格策略、通路管理、推廣活動、消費者與企業的購買行為等相關議題。本課程強調實務運用，因此課堂將輔以行銷案例討論，來分析思考行銷管理的實務問題。
	The purpose of this course is to introduce the basic concepts and frameworks of marketing, helping learners understand the principles and knowledge of marketing management. This includes topics such as environmental analysis, market segmentation, product management, pricing strategies, channel management, promotional activities, and consumer and business purchasing behavior. The course emphasizes practical application, and therefore, classroom sessions will be supplemented with discussions of marketing case studies to analyze and consider practical issues in marketing management.

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	學生將透過實際的行銷案例，深入剖析相關行銷策略制定的方向，進一步強化其實務應用相關行銷知識及技巧的能力。	Enhance the students' abilities and skills to make the related marketing strategies appropriately.

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、實作	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	113/09/09~113/09/15	orientation：課程開宗明義/課程安排說明/上課注意事項	
2	113/09/16~113/09/22	行銷基本概念：行銷定義、方法分析	
3	113/09/23~113/09/29	行銷管理：傳遞與溝通價值	
4	113/09/30~113/10/06	行銷管理：市場供給的形成	

5	113/10/07~ 113/10/13	行銷管理：創造成功的長期成長	
6	113/10/14~ 113/10/20	市場定位與策略：商品定位、擬定策略與概念	
7	113/10/21~ 113/10/27	產品命名與文案撰寫（小組討論）	
8	113/10/28~ 113/11/03	檢討與改進（小組提報）	
9	113/11/04~ 113/11/10	期中考/期中評量週	
10	113/11/11~ 113/11/17	品牌概念：品牌與行銷的關係	
11	113/11/18~ 113/11/24	國際行銷案例研討-分組討論1	
12	113/11/25~ 113/12/01	國際行銷案例研討-分組討論2	
13	113/12/02~ 113/12/08	國際行銷案例研討-分組討論3	
14	113/12/09~ 113/12/15	發展市場區隔、目標市場與定位	
15	113/12/16~ 113/12/22	管理客製化與互動式溝通	
16	113/12/23~ 113/12/29	執行與控制行銷策略	
17	113/12/30~ 114/01/05	期末考/期末評量週	
18	114/01/06~ 114/01/12	彈性教學週(原則上安排教學活動或期末評量等)	
課程培養 關鍵能力	自主學習、國際移動、社會參與、問題解決		
跨領域課程	STEAM課程(S科學、T科技、E工程、M數學，融入A人文藝術領域) 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	產學合作課程 專案實作課程 專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	邏輯思考 永續議題		
修課應 注意事項	1.修此課程之學生於開學前，請先確認是否具選修此課程之相關能力與知識。 2.學生務必參與第一堂課，瞭解所有課程之安排、評分內容與評分準則，日後不再重複贅述任何課程評分事宜。		
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： 行銷管理：理論解析與實務應用，曾光華，前程文化事業股份有限公司，2020/9/1。		

參考文獻	
學期成績 計算方式	◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆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。