

淡江大學 113 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	蔡錕銘 TSAI HOUNG MING
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	財金一碩士班 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLBXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施		
系（所）教育目標			
以完整進階的財務金融課程，培養具獨立分析、判斷與解決問題的財務專業人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 培養進階財務金融理論的知識。(比重：30.00) B. 提升應用理論與實務技巧。(比重：30.00) C. 加強邏輯推演的能力。(比重：10.00) D. 財金研究方法的學習與運用。(比重：10.00) E. 提升考取高階財金專業證照之能力。(比重：10.00) F. 具備學術未來深造的潛力。(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：5.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：30.00) 5. 獨立思考。(比重：30.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			
課程簡介	本課程的目標有三：（1）培養學生，以確定營銷問題和機會的能力（2）以加深學生對有關的戰略問題，如競爭力分析，產品定位，目標市場的選擇，並使用正確的混合決策營銷的4Ps，和（3）分析當前的業務活動在建立營銷原則的背景。讓學生通過外部資料蒐集及分組討論，充分理解行銷管理在企業經營中扮演的角色，以及顧客導向理論的真正意涵。		

	The objectives of this course are threefold: (1) to develop students ability to identify marketing problems and opportunities, (2) to deepen students understanding about strategic issues such as competitive analysis, product positioning, target markets selection, and making decisions with right blend of marketing 4Ps, and (3) to analyze current business events in the context of established marketing principles. The course focuses on the process of marketing management with a strong application tone.
--	--

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	讓學生通過外部資料蒐集及分組討論，充分理解行銷管理在企業經營中扮演的角色，以及顧客導向理論的真正意涵。	Allow students to fully understand the role of marketing management in business operations and the true meaning of customer-oriented theory through external data collection and group discussions.

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	ABCDEF	12345678	講述、討論、發表	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	行銷策略導論 Introduction to Marketing Strategy	
2	113/09/16~ 113/09/22	關係行銷 Relationship marketing	
3	113/09/23~ 113/09/29	瞭解市場及顧客的需要與欲望 Understand the market and customer needs and desires	
4	113/09/30~ 113/10/06	案例討論 Case discussion	
5	113/10/07~ 113/10/13	設計一個顧客導向的行銷策略Designing a Customer-Oriented Marketing Strategy	
6	113/10/14~ 113/10/20	案例討論 Case discussion	
7	113/10/21~ 113/10/27	建構一個提供優異價值的行銷組合方案Construct a marketing mix solution that provides excellent value	
8	113/10/28~ 113/11/03	案例討論 Case discussion	

9	113/11/04~ 113/11/10	期中考週 Midterm test	
10	113/11/11~ 113/11/17	如何建構一個提供優異價值的行銷組合 How to construct a marketing portfolio that offers excellent value	
11	113/11/18~ 113/11/24	案例討論 Case discussion	
12	113/11/25~ 113/12/01	品牌及價格策略 Brand and price strategy	
13	113/12/02~ 113/12/08	案例討論 Case discussion	
14	113/12/09~ 113/12/15	案例討論 Case discussion	
15	113/12/16~ 113/12/22	通路及推廣策略 Access and promotion strategy	
16	113/12/23~ 113/12/29	期末考週 Final exam	
17	113/12/30~ 114/01/05	通路及推廣策略 Access and promotion strategy	
18	114/01/06~ 114/01/12	教師彈性補充教學： 案例討論 Case discussion	
課程培養 關鍵能力	自主學習、資訊科技、社會參與、問題解決		
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)) 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		
特色教學 課程	專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	邏輯思考 環境安全 綠色能源		
修課應 注意事項	需積極參與並準時繳交分組討論報告及製作PPT		
教科書與 教材	自編教材:簡報 採用他人教材:教科書、影片 教材說明: 行銷管理-蕭富峰(第五版;智勝出版)		
參考文獻	行銷管理-理論解析與實務應用(曾光華著;前程文化)		
學期成績 計算方式	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈分組討論及報告〉：60.0 %		

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。
-----	--