

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	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	國企一碩士班 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLFXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 SDG4 優質教育 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
<p>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」。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：25.00)</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：25.00)</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：20.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：30.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：15.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：15.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：15.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：15.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：20.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	本課程將引導同學思考中高階行銷管理者所必需具備之理論與概念,並了解如何將之應用於實際的行銷實務之中,進一步得以制定出縝密之行銷策略。
	This course will guide students to think about the theories and concepts that are essential for middle and senior marketing managers, and to understand how to apply them to actual marketing practices, and further to develop a rigorous marketing strategy.

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	本課程將引導同學思考中高階行銷管理者所必需具備之理論與概念,並了解如何將之應用於實際的行銷實務之中,進一步得以制定出縝密之行銷策略。 課	The Primary objective is to enable students to understand how to make the kinds of decisions they will face in middle-management positions. Besides, this course will put an emphasis on the application of marketing concepts, tools, and decision-making processes.

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	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
1	113/09/09~ 113/09/15	T1 Course Introduction, pretest, a case study and 分組	
2	113/09/16~ 113/09/22	業師講座與研討主題1:STP與再定位	
3	113/09/23~ 113/09/29	T2 STP (To the Target, To the Point) and hierarchy of needs(think and practice)	
4	113/09/30~ 113/10/06	T3:Strategic Marketing Planning with a case study	
5	113/10/07~ 113/10/13	雙十節	

6	113/10/14~ 113/10/20	T3: Corporate Strategies and Portfolio Strategies	
7	113/10/21~ 113/10/27	個人期中報告(STP and hierarchy of needs(think and practice))	
8	113/10/28~ 113/11/03	業師講座與研討主題2: 職涯路上的覺察與照破	
9	113/11/04~ 113/11/10	midterm report	
10	113/11/11~ 113/11/17	業師講座與研討主題3:故事行銷	
11	113/11/18~ 113/11/24	業師講座與研討主題4:個案討論1	
12	113/11/25~ 113/12/01	業師講座與研討主題5:個案討論2	
13	113/12/02~ 113/12/08	業師講座與研討主題6:傳統貿易商如何華麗轉身-AMAZON平台操作	
14	113/12/09~ 113/12/15	Group Presentation 1	
15	113/12/16~ 113/12/22	Group Presentation 2	
16	113/12/23~ 113/12/29	Group Presentation 3	
17	113/12/30~ 114/01/05	Final Test/ seminar	
18	114/01/06~ 114/01/12	學期期末補充教學	
課程培養 關鍵能力			
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容		邏輯思考 永續議題	
修課應 注意事項		上課參與與學習態度至為關鍵	
教科書與 教材		自編教材:講義 教材說明: 老師自編講義	
參考文獻		A Framework for Marketing Management 6ed, 2016 by Kotler and Keller	

學期成績 計算方式	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：10.0 % ◆期末評量：10.0 % ◆其他〈團隊報告〉：50.0 %
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。