

淡江大學 113 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	黃貴樹 HUANG, KUEI-SHU
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計二P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLAXB2P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG12 負責任的消費與生產		
系（所）教育目標			
<p>一、習得瞭解專業知識。</p> <p>二、有效學習自我規劃。</p> <p>三、植基理論契合實務。</p> <p>四、人際溝通團隊合作。</p> <p>五、分析問題提供建議。</p> <p>六、道德知覺全球公民。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：40.00)</p> <p>B. 具備專業知識的表達能力。(比重：40.00)</p> <p>C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：10.00)</p> <p>D. 具體審辨分析的思考能力。(比重：10.00)</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：5.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：15.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：5.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	本課程將透過自主學習、課中講授、以及課堂分組討論報告等方式，了解行銷的基本概念、架構、以及各種利害關係人的相關策略。
	This course will utilize methods such as self-directed learning, in-class lectures, and group discussions to understand the basic concepts, frameworks, and various stakeholder-related strategies of marketing.

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	培養學生具備行銷管理基本知識	Cultivate students with basic knowledge of marketing management
2	提升學生對於行銷策略的分析能力	Improve students' analytical skills in marketing strategies
3	建構行銷方案規劃與執行能力	Build marketing plan planning and execution capabilities

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	1234567	講述、討論	測驗、作業
2	情意	ABCD	12345678	討論、發表、實作	討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
3	技能	ABCD	12345678	發表	作業、討論(含課堂、線上)、實作、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	114/02/17~ 114/02/23	課程介紹與相關規定	
2	114/02/24~ 114/03/02	行銷導論	
3	114/03/03~ 114/03/09	1.行銷環境 2.團隊建立	

4	114/03/10~ 114/03/16	消費者市場與其購買行為	
5	114/03/17~ 114/03/23	組織市場與其購買行為	
6	114/03/24~ 114/03/30	市場區隔與定位分析	
7	114/03/31~ 114/04/06	兒童節連假	
8	114/04/07~ 114/04/13	創造產品價值(產品策略)	
9	114/04/14~ 114/04/20	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	114/04/21~ 114/04/27	從設計思考談服務行銷	
11	114/04/28~ 114/05/04	價格策略	
12	114/05/05~ 114/05/11	通路策略	
13	114/05/12~ 114/05/18	推廣與行銷策略	
14	114/05/19~ 114/05/25	期末分組報告1	
15	114/05/26~ 114/06/01	期末分組報告2	
16	114/06/02~ 114/06/08	期末分組報告3	
17	114/06/09~ 114/06/15	期末考/期末評量週(老師得自行調整週次)	
18	114/06/16~ 114/06/22	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、社會參與、問題解決		
跨領域課程	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	永續議題		
修課應 注意事項	請假請依學校規定辦理: 缺課總時數達授課時數三分之一時, 學期成績以零分計算。		

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： 上課用書：林建煌(2023)。行銷學，第七版，台北：華泰文化。參考用書1：曾光華、饒怡雲(2023)。行銷學原理，第六版，台北：前程文化。參考用書2：廖淑伶、馬友蕙編譯(2023)。行銷學，第三版，新北市：高立圖書
參考文獻	
學期成績計算方式	◆出席率：10.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈期末分組報告〉：30.0 %
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。