

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	蕭奕凡 HSIAO, I-FAN
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	財金二 C	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLBXB2C		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG5 性別平等 SDG11 永續城市與社區		
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	本課程旨在幫助學生建立現代行銷理論與實務的基本認識。課程內容涵蓋行銷策略規劃、市場區隔、目標市場選擇、品牌定位、產品管理、定價策略、通路管理及整合行銷傳播等。配合本系專業，本課程著重於金融產業行銷，透過案例討論與實務專題，培養學生掌握金融商品行銷技巧。				
	This course aims to help students develop a basic understanding of modern marketing theories and practices. The course content covers marketing strategy planning, market segmentation, target market selection, brand positioning, product management, pricing strategies, channel management, and integrated marketing communications. In line with our department's expertise, this course emphasizes marketing in the financial industry, cultivating students' financial product marketing skills through case discussions and practical projects.				
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	理解行銷管理的核心理論與基本概念;掌握金融產業的行銷策略與應用方法;培養市場分析與行銷規劃的實務能力;具備金融商品行銷專案執行力			Understand core theories and fundamental concepts of marketing management; Master marketing strategies and applications in the financial industry; Develop practical skills in market analysis and marketing planning; Build competency in financial product marketing project execution	
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	情意	ABCD	12345678	講述、討論	測驗、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:何謂行銷?			
2	114/02/24~ 114/03/02	創造顧客價值與參與			
3	114/03/03~ 114/03/09	企業行銷策略			
4	114/03/10~ 114/03/16	分析行銷環境			

5	114/03/17~ 114/03/23	管理行銷資訊	
6	114/03/24~ 114/03/30	消費者市場與購買者行為	
7	114/03/31~ 114/04/06	兒童節及民族掃墓節連假	
8	114/04/07~ 114/04/13	顧客導向之行銷策略	
9	114/04/14~ 114/04/20	期中考週(照常上課，繳交期中報告)	
10	114/04/21~ 114/04/27	產品、服務與品牌：建立顧客價值	
11	114/04/28~ 114/05/04	訂價策略	
12	114/05/05~ 114/05/11	行銷通路管理	
13	114/05/12~ 114/05/18	整合行銷溝通策略	
14	114/05/19~ 114/05/25	廣告與公共關係	
15	114/05/26~ 114/06/01	期末小組報告-1	
16	114/06/02~ 114/06/08	期末小組報告-2	
17	114/06/09~ 114/06/15	期末小組報告-3	
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) - 自主學習	
課程培養 關鍵能力		自主學習、國際移動、社會參與	
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))	
特色教學 課程			
課程 教授內容		性別平等教育 邏輯思考 A I 應用 永續議題	

修課應注意事項	1.每星期修課學生須簽到,第三週起開始進行QR CODE簽到,以計算出席率成績。 2.本課程期中評量採組小組報告(電子檔繳交),期末評量方式為小組上台報告,報告主題將於期中考後公布。 3.請學生自行分組,每組人數待加退選結束後看班級修課總人數決定。最遲於第5周需決定組員名單。 4.上課請勿遲到;請假請事先提出(除非是緊急狀況);上課請遵守秩序;切勿打擾課程進行;若出席率過低,老師將執行扣考之權利。 教課書購書窗口:高立圖書 劉家宏 先生 0921-456018
教科書與教材	採用他人教材:教科書、簡報 教材說明: 行銷學 (Kotler & Armstrong: Principles of Marketing 18/E), 作(編/譯)者:廖淑伶·馬友蕙, ISBN:9789863783398
參考文獻	林靜雯, 林靜怡, & 劉冠伶. (2012). 金融商品行銷行為認知研究-以客戶關係應用為例. 文大商管學報, 17(2), 21-40.
學期成績計算方式	◆出席率: 30.0 % ◆平時評量: 10.0 % ◆期中評量: 30.0 % ◆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。