

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	張秀琦 CHANG, SHIOU-CHI
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管三A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLMXB3A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG11 永續城市與社區 SDG12 負責任的消費與生產		
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	本課程介紹行銷管理的基礎理論與實務，並透過課堂中的討論與練習，以增加行銷管理的專業技能。課程內容：瞭解行銷管理、行銷資訊觀察、市場趨勢與機會、產品流通與價值、行銷溝通價值。
	This course introduces the theories and case studies of marketing management, and through the exercises to increase the professional skills of marketing management. Topics content: understanding marketing management, observation marketing information, market trends and opportunities, product circulation and value,marketing communicating value.

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	學生透過課程的學習將能夠瞭解及應用行銷管理基礎理論與實務。	Student will be able to understand and apply the concepts and practices of marketing management.

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	作業、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	114/02/17~ 114/02/23	行銷管理概述	
2	114/02/24~ 114/03/02	(和平紀念日)	
3	114/03/03~ 114/03/09	行銷分析	
4	114/03/10~ 114/03/16	市場定位	
5	114/03/17~ 114/03/23	產品策略	
6	114/03/24~ 114/03/30	服務與體驗	
7	114/03/31~ 114/04/06	(民族掃墓節連假)	

8	114/04/07~ 114/04/13	期中報告(2週)	
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	制訂價格	
11	114/04/28~ 114/05/04	行銷通路	
12	114/05/05~ 114/05/11	零售、批發與物流	
13	114/05/12~ 114/05/18	整合行銷	
14	114/05/19~ 114/05/25	執行與控制	
15	114/05/26~ 114/06/01	(端午節)	
16	114/06/02~ 114/06/08	分組專題討論	
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、資訊科技、人文關懷、問題解決、跨領域		
跨領域課程	<p>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))</p> <p>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</p>		
特色教學 課程	<p>USR課程</p> <p>專題/問題導向(PBL)課程</p>		
課程 教授內容	<p>邏輯思考</p> <p>環境安全</p> <p>AI 應用</p> <p>永續議題</p>		
修課應 注意事項	於開學第一週課堂上公佈		
教科書與 教材	<p>採用他人教材:教科書、簡報</p> <p>教材說明: 行銷管理:理論解析與實務應用, 曾光華, 前程文化, 八版。行銷管理, 林建教科書與煌, 華泰文化, 第八版。行銷學(18e), Philip Kotler, Gary Armstrong原著, 廖淑伶、馬友蕙編譯, 高立圖書</p>		
參考文獻			

學期成績 計算方式	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆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。