

淡江大學 113 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷策略與實務	授課 教師	葉永裕 YEH YEONG YUUG
	MARKETING STRATEGIES AND PRACTICE		
開課系級	國企系進學三A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLFXE3A		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
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」。 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。 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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：20.00) B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：20.00) C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：20.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：40.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：30.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) 6. 樂活健康。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：5.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	透過真實案例探討讓同學們瞭解行銷策略與實務，以及學習到業界實際行銷策略與實務的現況。每週均有重點與主題，透過影片分享與同學們互動討論，課後上傳重點給同學們。
	Through real case studies, students can understand marketing strategies and practices, as well as learn the current status of actual marketing strategies and practices in the industry. There are key points and themes every week, interactive discussions with students through video sharing, and uploading key points to students after class.

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	讓同學未來在職場可以掌握行銷策略技巧與行銷實務	Through real case studies, students can understand marketing strategies and practices, as well as learn the current status of actual marketing strategies and practices in the industry. There are key points and themes every week, interactive discussions with students through video sharing, and uploading key points to students after class.
2	透過真實案例探討讓同學們瞭解行銷策略與實務，以及學習到業界實際行銷策略與實務的現況。每週均有重點與主題，透過影片分享與同學們互動討論，課後上傳重點給同學們。	Through real case studies, students can understand marketing strategies and practices, as well as learn the current status of actual marketing strategies and practices in the industry. There are key points and themes every week, interactive discussions with students through video sharing, and uploading key points to students after class.
3	行銷實務分析	Marketing practice analysis
4	行銷實務分析	Marketing practice analysis

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、心得
2	認知	ABCD	12345678	講述、討論	測驗、心得
3	認知	ABCD	12345678	講述、討論	測驗、作業
4	認知	ABCD	12345678	講述	測驗

授 課 進 度 表			
週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	114/02/17~ 114/02/23	上課規範課程介紹	
2	114/02/24~ 114/03/02	實例個案探討1	
3	114/03/03~ 114/03/09	實例個案探討2	
4	114/03/10~ 114/03/16	實例個案探討3	
5	114/03/17~ 114/03/23	實例個案探討4	
6	114/03/24~ 114/03/30	實例個案探討5	
7	114/03/31~ 114/04/06	實例個案探討6	
8	114/04/07~ 114/04/13	實例個案探討7	
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	實例個案探討8	
11	114/04/28~ 114/05/04	實例個案探討9	
12	114/05/05~ 114/05/11	實例個案探討10	
13	114/05/12~ 114/05/18	實例個案探討11	
14	114/05/19~ 114/05/25	實例個案探討12	
15	114/05/26~ 114/06/01	實例個案探討13	
16	114/06/02~ 114/06/08	實例個案探討14	
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、人文關懷	
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		協同教學(校內多位老師、業師)課程	

課程 教授內容	環境安全 綠色能源 永續議題
修課應 注意事項	教師以分享實務經驗為主，每週上課單元獨立，每週主動提供同學課程重點，主動協助同學順利修完本課程。請同學們踴躍到課，收獲良多。
教科書與 教材	自編教材:教科書 採用他人教材:教科書
參考文獻	
學期成績 計算方式	◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆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。