

淡江大學 113 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷實務與案例分析	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	MARKETING PRACTICES AND CASE ANALYSIS		
開課系級	國創一碩專班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLFBJ1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
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：30.00)</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：10.00)</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：10.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：50.00)</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：5.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：10.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</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	本課程將介紹行銷策略制定過程中重要的理論與概念，並進一步引導同學思考這些重要的理論與概念如何應用於實際的範例之中，並剖析其對行銷策略制定之影響。
	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.

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	學生將了解相關重要的行銷觀念並具備縝密行銷策略制定之能力	Students will be able to understand the important marketing related concepts and theories, and have the abilities to make better marketing strategy decisions.

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	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、出席

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	114/02/17~ 114/02/23	Introduction	
2	114/02/24~ 114/03/02	228	
3	114/03/03~ 114/03/09	業師實務案例講座1:消費者洞察-心法與案例	
4	114/03/10~ 114/03/16	業師實務案例講座2:思維典範轉移之一:以股市與產業研究為實證	
5	114/03/17~ 114/03/23	業師實務案例講座3:有創意的品牌行銷"腦力激盪" Creative Brand Marketing Brainstorming	
6	114/03/24~ 114/03/30	業師實務案例講座4:整合行銷傳播(IMC)案例剖析	

7	114/03/31~ 114/04/06	教學觀摩周	
8	114/04/07~ 114/04/13	業師實務案例講座5:從STP到OGSM	
9	114/04/14~ 114/04/20	期中報告	
10	114/04/21~ 114/04/27	業師實務案例講座6:品牌世界的換位思考	
11	114/04/28~ 114/05/04	業師實務案例講座7:思維典範轉移之二:以川普1.0及2.0的美中台經貿關係為實證	
12	114/05/05~ 114/05/11	業師講座與研討8:思維典範轉移之三:以地緣政治下的美中台金三角關係為實證	
13	114/05/12~ 114/05/18	業師講座與研討9:建構個人魅力品牌	
14	114/05/19~ 114/05/25	業師講座與研討10:經典廣告案例剖析	
15	114/05/26~ 114/06/01	端午節	
16	114/06/02~ 114/06/08	業師講座與研討主題 11:思維典範轉移之四:以大陸電子商務發展現況為實證	
17	114/06/09~ 114/06/15	期末報告	
18	114/06/16~ 114/06/22	學期期末補充教學	
課程培養 關鍵能力	問題解決、跨領域		
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	邏輯思考 永續議題		
修課應 注意事項			
教科書與 教材	自編教材:講義 教材說明: 老師自編講義 採用他人教材:簡報、講義		
參考文獻	Marketin Management Strategies 6ed. by Ferrell and Hartline Consumer Behavior , by Blackwell, Miniard,and Engle 10ed.		

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