

淡江大學 114 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	ESG行銷策略	授課 教師	張依萍 CHANG, YI-PING
	ESG MARKETING STRATEGY		
開課系級	共同科一文A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TGAXB0A		
課程與SDGs 關聯性	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、培養學生成為具人本關懷與科學精神之知識份子。 二、培養知識管理與文化創意之人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 文創產業知識的應用能力。(比重：20.00) B. 語文表達能力。(比重：20.00) C. 歷史詮釋能力。(比重：5.00) D. 文獻解讀能力。(比重：10.00) E. 媒體傳播應用能力。(比重：20.00) F. 美學鑑賞與應用能力。(比重：5.00) G. 創意思考能力。(比重：20.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：10.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：20.00) 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：5.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	本課程介紹ESG核心理念，結合國際永續趨勢，探討政府、企業與非營利組織如何運用永續發展提升品牌價值與競爭力。課程邀請永續行銷專家分享實務經驗，並透過分組專題簡報，訓練學生規劃與執行符合ESG原則的行銷策略，鼓勵提出具體可行的企劃方案。				
	This course introduces the core concept of ESG(environment, social, governance) and integrates international sustainability trends. It explores how organizations use sustainable development to enhance brand value and competitiveness. The course invites experts in sustainable marketing to share practical experiences. Through group projects and presentations, students will be trained to plan and implement marketing strategies aligned with ESG principles, encouraging the development of concrete and feasible proposals.				
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	✓了解ESG（環境、社會、公司治理）核心概念及其與永續發展的關聯。 ✓掌握如何將ESG理念融入行銷策略，提升品牌價值與市場競爭力。 ✓透過案例分析與實務專家分享，熟悉永續行銷的策略與模式。 ✓培養學生規劃與執行符合ESG原則的行銷方案能力。			V Understand the core concepts of ESG and their connection to sustainable development. V Master how to integrate ESG principles into marketing strategies to enhance brand value and market competitiveness. V Gain a through understanding of sustainable marketing strategies and models by analyzing case studies and learning from industry experts. V Develop the ability to plan and execute marketing plans that comply with ESG principles.	
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	ABCDEFGFG	12345678	講述、討論	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	114/09/15~ 114/09/21	ESG概念初探、課程大綱介紹			
2	114/09/22~ 114/09/28	環境（Environmental）議題與案例分析			

3	114/09/29~ 114/10/05	社會（Social）責任與案例分析	
4	114/10/06~ 114/10/12	國慶日(放假一天)	
5	114/10/13~ 114/10/19	公司治理（Governance）與利害關係人溝通	
6	114/10/20~ 114/10/26	臺灣光復節遇例假日補假（放假一天）	
7	114/10/27~ 114/11/02	專題演講：永續行銷實務分享	
8	114/11/03~ 114/11/09	期中報告：ESG洞察報告	
9	114/11/10~ 114/11/16	ESG行銷企劃架構	
10	114/11/17~ 114/11/23	ESG行銷利害關係人及溝通策略	
11	114/11/24~ 114/11/30	ESG行銷活動規劃	
12	114/12/01~ 114/12/07	ESG行銷專案控管及預算規劃	
13	114/12/08~ 114/12/14	專題演講：永續行銷實務分享	
14	114/12/15~ 114/12/21	期末報告：ESG行銷企劃提案與成果發表1	
15	114/12/22~ 114/12/28	期末報告：ESG行銷企劃提案與成果發表2	
16	114/12/29~ 115/01/04	期末報告評量週	
17	115/01/05~ 115/01/11	期末多元評量週/教師彈性教學週	
18	115/01/12~ 115/01/18	教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力		社會參與、人文關懷、問題解決、跨領域	
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		專案實作課程 專題/問題導向(PBL)課程	
課程 教授內容		環境安全 綠色能源 A I 應用 永續議題	
修課應 注意事項		期中與期末報告需揭露AI使用， 包含來源、應用範圍等。	

教科書與教材	自編教材：簡報、影片
參考文獻	王麗蓉（2024）。《對人好，對地球好：企業ESG永續行銷實踐指南》。台北：商周出版。
學期成績計算方式	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： https://web2.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。 ※「遵守智慧財產權觀念」及「不得非法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。