

淡江大學 114 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	科技品牌永續行銷及時尚趨勢	授課 教師	吳耀邦 WU,YAO-PANG
	SUSTAINABLE MARKETING AND FASHION TRENDS FOR TECHNOLOGY BRANDS		
開課系級	共同科－商管 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TGLXB0A		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 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：35.00) B. 具備專業知識的表達能力。(比重：25.00) C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：20.00) D. 具體審辨分析的思考能力。(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：25.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：25.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：15.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：5.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	課程探討主題如下： 1.台灣科技及數位應用品牌如何創造企業永續經營 2.行銷策略如何使品牌永續經營 3.科技產品及數位運用與品牌永續依存 4.時尚品牌如何掌握消費趨勢 5.品牌永續經營如何兼顧企業獲利及ESG 6.ESG如何協助品牌發揮張力				
	The course topics are as follows： 1. How do Taiwanese technology and digital application brands create sustainable business operations 2. How marketing strategies can make brands sustainable 3. Technology products and digital applications are interdependent with brand sustainability 4. How do fashion brands grasp consumer trends 5. How can brand sustainability balance corporate profits and ESG 6. How can ESG help brands exert their power				
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	1.認識台灣科技大廠品牌經營之道2.行銷如何創造品牌永續存在3.企業營利流程4.ESG如何定義優良企業5.如何定義時尚及趨勢		1. Understand the brand management of Taiwan's technology giants 2. How marketing creates sustainable brand existence 3. Corporate profit process 4. How ESG defines a good company 5. How to define fashion and trends		
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、作業、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	學期課程介紹/成績計算方式/時尚科技產業鏈概況/時尚產業新定義			9/19
2	114/09/22~114/09/28	行銷四大要素(4P)/產品發展/安索夫矩陣-1			9/26
3	114/09/29~114/10/05	行銷四大要素(4P)/產品發展/安索夫矩陣-2			10/3

4	114/10/06~ 114/10/12	國慶日例假	10/10
5	114/10/13~ 114/10/19	產品發展五力分析及個案探討	10/17
6	114/10/20~ 114/10/26	光復節連假	10/24
7	114/10/27~ 114/11/02	行銷策略SWOT 及個案探討	10/31
8	114/11/03~ 114/11/09	期中測驗：行銷4P/產品五力分析/SWOT分析(25%)	11/7
9	114/11/10~ 114/11/16	行銷STP規劃與時尚趨勢/台灣科技產業STP策略-1	11/14
10	114/11/17~ 114/11/23	行銷STP規劃與時尚趨勢/台灣科技產業STP策略-2	11/21
11	114/11/24~ 114/11/30	行銷與企業永續經營之關聯(科技品牌個案探討)	11/28
12	114/12/01~ 114/12/07	企業獲利與永續經營之關聯-1	12/5
13	114/12/08~ 114/12/14	企業獲利與永續經營之關聯-2	12/12
14	114/12/15~ 114/12/21	ESG與企業永續經營之關聯-1	12/19
15	114/12/22~ 114/12/28	ESG與企業永續經營之關聯-2	12/26
16	114/12/29~ 115/01/04	學期總結(1/2)及期末報告繳交週(30%)	12/29-1/04
17	115/01/05~ 115/01/11	1/9期末線上測驗(10%)	1/9
18	115/01/12~ 115/01/18	1/12 影片觀摩線上測驗(10%)	1/12
課程培養 關鍵能力		自主學習、資訊科技	
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		專題/問題導向(PBL)課程	
課程 教授內容		邏輯思考 永續議題	
修課應 注意事項		本課程期中測驗及期末學習報告缺一者之同學均無法取得該學分!	

教科書與教材	自編教材：簡報、講義 採用他人教材：影片
參考文獻	
學期成績計算方式	<p>◆出席率： 25.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：25.0 %</p> <p>◆期末評量：30.0 %</p> <p>◆其他〈期末線上評量(學期學習+教學影片)〉：20.0 %</p>
備 考	<p>「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。</p> <p>※「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。</p>