

淡江大學 114 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理專題	授課 教師	陳水蓮 CHEN, SHUI-LIEN
	SPECIAL TOPICS ON MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	管科一博士班 A	開課 資料	以實整虛課程 選修 單學期 3學分
	TLGXD1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、精實管理科學專業。 二、學習自我成長。 三、連結理論與實務。 四、增進團隊合作溝通。 五、培養判斷與分析技巧。 六、重視組織永續經營。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 決策分析能力。(比重：25.00) B. 統計分析能力。(比重：10.00) C. 財經分析能力。(比重：10.00) D. 組織經營管理能力。(比重：15.00) E. 團隊合作能力。(比重：10.00) F. 自我管理能力。(比重：20.00) G. 道德倫理能力。(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：30.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：30.00) 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	研讀學術國際期刊,尋找出行銷研究趨勢與未來方向				
	In this semester, the purpose of this course is simply to equip/enhance students with the capability of conducting academic research in marketing field. For the achievement of this purpose, students are requested to read academic articles in the subject of management. The articles will be assigned throughout the semester. All students will be expected to read the articles in order to participate in the discussion. By the end of this course, students ought to complete a research proposal.				
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	每位同學皆研讀學術國際期刊,尋找出研究趨勢與未來方向,期末提研究大綱			All students will be expected to read the articles in order to participate in the discussion. By the end of this course, students ought to complete a research proposal.	
2	培育具備優良專業數理分析與邏輯判斷能力之學術人才			To equip/enhance students with the capability of conducting academic research.	
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	技能	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表	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	Introduction to the course schedule and a short			
2	114/09/22~ 114/09/28	Defining Marketing and the Marketing Process			

3	114/09/29~ 114/10/05	以實整虛-1	線上非同步教學
4	114/10/06~ 114/10/12	Managing Marketing Information to Gain Customer Insights	
5	114/10/13~ 114/10/19	Consumer Markets and Buyer Behavior	
6	114/10/20~ 114/10/26	Business Markets and Business Buyer Behavior	
7	114/10/27~ 114/11/02	以實整虛-2	線上非同步教學
8	114/11/03~ 114/11/09	Product, Services, and Brands: Building Customer Value	
9	114/11/10~ 114/11/16	以實整虛-3	線上非同步教學
10	114/11/17~ 114/11/23	Pricing: Understanding and Capturing Customer Value /Pricing Strategies: Additional Considerations	
11	114/11/24~ 114/11/30	以實整虛-4	線上非同步教學
12	114/12/01~ 114/12/07	Marketing Channels: Delivering Customer Value/ Retailing and Wholesaling	
13	114/12/08~ 114/12/14	Advertising and Public Relations	
14	114/12/15~ 114/12/21	Personal Selling and Sales Promotion	
15	114/12/22~ 114/12/28	Direct, Online, Social Media, and Mobile Marketing	
16	114/12/29~ 115/01/04	Creating Competitive Advantage	
17	115/01/05~ 115/01/11	The Global Marketplace	
18	115/01/12~ 115/01/18	Social Responsibility and Ethics	
課程培養 關鍵能力		問題解決、跨領域	
跨領域課程			
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 A I 應用 永續議題	
修課應 注意事項			

教科書與教材	自編教材：簡報 採用他人教材：簡報
參考文獻	Blackwell (2011), Consumer Behavior, 華泰文化
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://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。