

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷學	授課 教師	張俊惠 Chang Chun-hui
	MARKETING		
開課系級	國企系二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TBTXB2A		
學 系(門) 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。			
學 生 基 本 能 力			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。 B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。 C. 培訓具有審視國內外經濟情勢演變之能力。 D. 培訓具有外語運用能力。 E. 培訓具有數理邏輯思考與經濟分析之能力。 F. 培訓具有國際品牌與行銷管理之能力。 G. 培訓具有財務金融應用之能力。 H. 培訓具有經貿法規與國際經濟組織之基本素養。 I. 培訓具有團隊合作與社會服務之精神。			
課程簡介	本課程將介紹與行銷有關之基礎概念，進一步探討市場區隔、定位以及行銷相關四大策略，即產品、定價、通路與推廣策略，透過課堂講授與討論，將會使學生對此課程有深刻的認識，並了解所學之理論知識與實務策略之間是有非常緊密的聯結。		
	Important marketing related concepts will be introduced in this course. Besides, students will learn how to create customer value, target the correct market, and build customer relationships. Furthermore, the critical skills and knowledge which should be applied in the 4P strategies will be also emphasized in the course.		

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如：「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	學生基本能力
1	1.學生將能夠了解行銷重要基本觀念及理論;2.學生將會了解行銷環境變化與影響因素;3.學生將會了解消費者決策過程及目標市場如何選定等重要議題;4.學生將了解相關行銷策略之內容	1.Students will be able to understand the important marketing related concepts and theories.;2.Students will have ideas about how the dynamic environments change.3.Students will see how the decision making process made by the consumers and how the markets will be targeted.4.Students will understand the content of marketing strategies.	P3	ABCF

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1.學生將能夠了解行銷重要基本觀念及理論;2.學生將會了解行銷環境變化與影響因素;3.學生將會了解消費者決策過程及目標市場如何選定等重要議題;4.學生將了解相關行銷策略之內容	課堂講授	出席率、討論、小考、期中考、期末考

授課進度表

週次	日期	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	課程介紹；課堂規定與評分標準;Topic1 行銷導論	
2	09/20	Topic2 行銷環境part I	
3	09/27	Topic3 行銷環境part II	

4	10/04	Topic4 消費者市場之購買決策過程	
5	10/11	Topic5 消費者市場購買決策行為之相關影響因素	
6	10/18	Topic6 市場區隔	
7	10/25	Topic7 產品定位分析	
8	11/01	Topic8 行銷研究 part I	
9	11/08	Topic9 行銷研究 part II	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	Topic10 產品相關基本觀念介紹	
12	11/29	Topic 11 新產品開發	
13	12/06	Topic 12產品生命週期	
14	12/13	Topic 13 推廣策略與行銷溝通	
15	12/20	Topic14 制定價格	
16	12/27	Topic 15 行銷通路與實體運配	
17	01/03	補充或復習	
18	01/10	期末考試週	
修課應 注意事項		評分方式以課堂公布為主	
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		行銷學二版 林建煌著 華泰文化	
參考書籍		Marketing：Concepts and Strategies 2008, by Pride, W.M. and O.C. Ferrell	
批改作業 篇數		篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）	
學期成績 計算方式		◆平時考成績：10.0 % ◆期中考成績：45.0 % ◆期末考成績：45.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈 〉： %	

備 考	「教學計畫表管理系統」網址：http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址：http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。
-----	--