

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	黃曼琴 Huang, Man-chin
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管二 C	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TMBXB2C		
學系(門)教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>使同學了解行銷管理的程序、活動,包括產品策略、定價策略、通路策略及促銷策,透過作業及個案討論,使同學了解台灣企業行銷管理的問題及實務,並能培養團隊合作精神.</p>		
	<p>This course introduce marketing management process, including analyzing environment, formulating marketing strategy and implementing marketing mix . Assigning practice and presenting case discussion in order to stimulate student to know about marketing practices and problems of Taiwan business.Encouraging student can cooperate with others very well.</p>		

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	使同學了解行銷管理的基本知識	let student to know the basic concept of marketing management	C2	ACEH
2	使同學了解台灣企業行銷管理的問題及實務	let student to know the marketing practice of Taiwan business	C4	ACEG
3	培養同學團隊合作精神	encourage student can corporate with others very well	A3	BDF

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	使同學了解行銷管理的基本知識	課堂講授、分組討論	出席率、報告、期中考、期末考
2	使同學了解台灣企業行銷管理的問題及實務	課堂講授、分組討論、個案	出席率、報告、討論
3	培養同學團隊合作精神	分組討論、作業	討論、作業上傳

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	Forming teams and introducing course outline分組,介紹教學大綱	
2	09/20	chap1:Marketing concept, creating customer's value	
3	09/27	chap2:company and marketing strategy行銷策略	
4	10/04	chap4:Marketing environment行銷環境	

5	10/11	chap5:manage marketing information管理行銷資訊	
6	10/18	chap6:consumer's behavior消費者行為	
7	10/25	chap6:consumer's behavior消費者行為 ***practice作業上傳及討論 ****	
8	11/01	chap8:segmentation,targeting and positioning區隔,目標和定位	
9	11/08	review and case discussion 複習及*****個案討論*****	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	chap9:Product and branding strategy產品,品牌策略	
12	11/29	chap10:New product and product life cycle新產品,產品生命週期	
13	12/06	chap11:Pricing定價 strategy定價策略	chap12:Pricing
14	12/13	chap13:Marketing channel 行銷通路	
15	12/20	chap15:Integrated marketing communication整合行銷溝通	
16	12/27	chap16Advertising廣告	
17	01/03	review and report 複習及*****期末報告*****	
18	01/10	期末考試週	
修課應注意事項	be sure have higher interest and involvement in marketing world		
教學設備	(無)		
教材課本	Philip Kotler and Gary Armstrong, "Principle of Marketing :An Asian perspective 東華書局		
參考書籍	曾光華“行銷管理”前程圖書公司 2.方世榮譯“行銷管理學”東華書局 3..林建煌”行銷管理”第四版 華泰書局		
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：30.0 % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： 30.0 % ◆其他〈 〉： %		

備考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>
----	---