

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	廣告行銷與研究	授課 教師	牛涵錚 Han-jen Niu
	ADVERTISING MARKETING AND RESEARCH		
開課系級	決策三 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMDXB3A		
學系(門)教育目標			
培育具備良好數理分析能力之初階管理人才，以因應社會各界之需要。			
學生基本能力			
<p>A. 培育具有決策分析領域課程學習之基本能力。</p> <p>B. 培育具有企業經營領域課程學習之基本能力。</p> <p>C. 培育具有統計分析領域課程學習之基本能力。</p> <p>D. 培育具有財經分析領域課程學習之基本能力。</p> <p>E. 培育具有科際整合之能力。</p> <p>F. 培育具有跨領域學習之能力。</p> <p>G. 培育具有企業實務吸收之能力。</p> <p>H. 具有外語運用能力。</p>			
課程簡介	現今世界環境劇烈變化，人們的價值觀、生活型態與其購買行為也呈現出新風貌。本課程即由瞭解行銷進而學習如何考量、判斷與分析，以瞭解廣告與行銷研究。		

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	讓學生瞭解廣告與行銷研究的基本運作與關係。		C2	ABCEFG

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	讓學生瞭解廣告與行銷研究的基本運作與關係。	課堂講授、分組討論、參觀實習、演講	出席率、報告、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	
2	09/20	廣告概論	
3	09/27	溝通模式	
4	10/04	廣告分享與討論	
5	10/11	質化與量化研究	
6	10/18	質化與量化研究	
7	10/25	行銷研究之定位與角色	
8	11/01	行銷研究之流程	
9	11/08	行銷研究之執行	

10	11/15	期中考試週	
11	11/22	Film Sharing: Matchstick Man	
12	11/29	分組討論	
13	12/06	繳交期末報告	
14	12/13	期末報告	
15	12/20	期末報告	
16	12/27	期末報告	
17	01/03	期末報告	
18	01/10	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機、其它(演講、參訪)	
教材課本		呂長民(2009), 行銷研究, 台北: 前程文化事業。	
參考書籍			
批改作業 篇數		2 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:        %   ◆期中考成績: 30.0 %   ◆期末考成績: 30.0 % ◆作業成績:   20.0 % ◆其他〈出席〉: 20.0 %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址: <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址: <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 <b>※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。</b>	