

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	運輸行銷管理與公共關係	授課 教師	陶冶中 Tao Chi-chung
	TRANSPORTATION MARKETING MANAGEMENT AND PUBLIC RELATIONS		
開課系級	運管四 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMTXB4P		
學系(門)教育目標			
<p>一、培育運輸部門的實務與研究人才。在校務發展計畫的指導下，本系以「塑造社會交通新文化，培育專業、倫理、創新、人文的運輸人才」為設立宗旨。</p> <p>二、期許所培育的學生具有專業素養，行事符合倫理規範，內心永保創新熱情，並具人文社會關懷的運輸人。本於術德兼修的教育理念，透過質量並重的教學內涵，培育學生積極進取、自信自重的自我發展能力，貢獻所學於社會。</p> <p>三、在理論與實務整合之教學原則下，培育大學部學生具備交通運輸之專業知識及經營管理技術，成為政府交通運輸部門與民間事業單位之主要規劃、工程、營運管理幹部。</p> <p>四、為厚植交通運輸實務界與學術界之發展潛力，鼓勵同學繼續深造，就讀研究所。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 具備管理基礎知識。</p> <p>B. 具備交通運輸專業知識。</p> <p>C. 具備系統分析基礎能力。</p> <p>D. 熟悉實用專業軟體與實務操作能力。</p> <p>E. 培養專業與多元科際整合能力。</p> <p>F. 加強表達與溝通能力。</p> <p>G. 培養運輸倫理、人文關懷與國際視野。</p>			
課程簡介	此課程目的係介紹運輸行銷與公共關係管理之理論與實務，前半學期介紹行銷學、公共關係學，後半學期則介紹這些理論如何應用運輸管理並探討當前最熱門的應用服務。		
	The purpose of this course is to introduce theory and practice of marketing and public relationship management in the field of transportation. In the first half-semester, marketing management and public relations are examined. In the second half-semester marketing management and public relations problems are discussed and their linkages with current issues are also explored.		

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	學生能夠分辨運輸行銷或公共關係之問題	Students may understand various transportation marketing or public relations problems.	C2	AB
2	學生能夠了解行銷學與公共關係學基本概念	Students may understand key concepts of marketing management and public relations.	C2	AC
3	學生能夠了解運輸行銷或公共關係學之研究現況與趨勢：美洲、歐洲、亞太地區等國發展現況與趨勢分析	Students may understand transportation marketing management and public relations development in US, Europe and Asia-pacific region.	C3	EG
4	學生能夠了解行銷學與公共關係學與交通運輸結合之應用服務領域	Students may understand transportation marketing issues supported by these theories.	C4	ABCDE
5	學生能夠進運輸行銷與公共關係應用案例之探討	Students may conduct transportation marketing and public relations case studies surveys.	C5	ABCDEFGG
6	學生能夠了解前瞻性之研究方法	Students may explore advanced research methods.	C6	ABCDE
7	增進學生運輸行銷管理與公共關係專業英文閱讀能力	Enhancing students' ability to read technical English especially in the field of transportation marketing and public relations.	C2	ABCDEFGG

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	學生能夠分辨運輸行銷或公共關係之問題	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
2	學生能夠了解行銷學與公共關係學基本概念	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
3	學生能夠了解運輸行銷或公共關係學之研究現況與趨勢：美洲、歐洲、亞太地區等國發展現況與趨勢分析	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
4	學生能夠了解行銷學與公共關係學與交通運輸結合之應用服務領域	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
5	學生能夠進運輸行銷與公共關係應用案例之探討	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
6	學生能夠了解前瞻性之研究方法	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
7	增進學生運輸行銷管理與公共關係專業英文閱讀能力	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論

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	21世紀之行銷學與公共關係基本概論	
3	09/27	行銷管理學基本概念4P與4C	
4	10/04	公共關係之傳播、調查、規劃與執行	
5	10/11	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論I：鐵公路	
6	10/18	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論II：海空運	
7	10/25	行銷管理學與公共關係學與運輸結合之相關應用案例討論III：電信、郵政、觀光	
8	11/01	質性研究方法簡介(含套裝軟體)	
9	11/08	專題簡報 I	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	量化研究方法簡介(含套裝軟體)	
12	11/29	文獻研討 I：國內外相關論文著述整理與比較分析	
13	12/06	文獻研討 II：國內外相關論文著述整理與比較分析	
14	12/13	當前行銷管理與公共關係之熱門課題：現況與趨勢、面臨的課題	
15	12/20	相關領域專家學者演講	
16	12/27	前瞻性之研究方法簡介	

17	01/03	專題簡報 II	
18	01/10	期末考試週	
修課應注意事項	1.本課程將輔導同學以求職心態參與學習，累積經驗，培養實力，課程內容以職場工作分析為主。 2.期中及期末考皆是以Power Point進行簡報。 3.限已修過運輸事業管理課程之大四、延畢生修習本課。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Kotler, A framework of marketing management, Pearson, 2010		
參考書籍	戴國良，行銷個案分析，五南圖書，民國99年		
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：40.0 % ◆作業成績： 20.0 % ◆其他〈出席率〉：10.0 %		
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。		