

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	運輸產業創新行銷	授課 教師	林祥生 Lin, Hsiang-sheng
	INNOVATIVE MARKETING OF TRANSPORTATION SERVICE INDUSTRIES		
開課系級	共同科－管理 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TGMXB0A		
學系(門)教育目標			
<p>一、強化專業管理智能。</p> <p>二、健全人格發展。</p> <p>三、落實全人教育。</p> <p>四、培養國際視野。</p> <p>五、發展就業職能。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 專業力。</p> <p>B. 人際互動力。</p> <p>C. 多元發展力。</p> <p>D. 國際溝通力。</p>			
課程簡介	<p>運輸產業是與每個人都息息相關的生活服務業，而在市場日趨開放競爭下，此一產業也愈來愈重視行銷模式的創新。本課程前半學期將介紹運輸產業的主要行銷課題，後半學期則以個案討論方式，引導同學認識創新行銷近年來在運輸產業上的應用與發展趨勢。本課程不僅將傳授創新行銷的專業知識外，更希望藉此增進同學在未來職場的自我行銷能力。</p>		
	<p>The purpose of this course is to introduce innovative marketing of transportation service industries. In the first half-semester, major marketing topics of these industries are examined. Marketing innovation of transportation services are discussed through case studies. Besides introductions of innovative marketing know-how, this course also wants to empower your ability of self-marketing in the future career.</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	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	BC
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	ABCD
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	ABCD
6	學生能夠了解前瞻性之研究方法	Students may explore advanced research methods	C6	ABCD
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	ABCD

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	行銷相關學理的精華摘要	
3	09/27	運輸產業的服務本質及市場特性	
4	10/04	運輸服務的精確規劃與有效產出	
5	10/11	運輸產業的定價策略及差別定價	
6	10/18	運輸產業的促銷推廣及顧客關係管理	
7	10/25	運輸產業的通路管理與架構質變	
8	11/01	科技導入對運輸產業環境的影響	
9	11/08	專題簡報 I	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	創新行銷在各行各業的發展現況與主要型態	
12	11/29	數位經濟與網路行銷在運輸產業的個案研討	
13	12/06	自助科技與客製服務在運輸產業的個案研討	
14	12/13	創新行銷在運輸產業的發展空間與未來趨勢	
15	12/20	運輸產業創新行銷專家的現身說法與交流	
16	12/27	運輸場站與購物中心的聚合：京站與統一阪急百貨個案	

17	01/03	專題簡報 II	
18	01/10	期末考試週	
修課應注意事項	<p>1.本課程將引導同學模擬職場應有的心態參與學習，透過實際案例探討來培養未來競爭力，因此課程內容非常強調就業導向的實戰演練。</p> <p>2.本課程沒有先修課程的限制，歡迎對創新行銷有興趣的各系同學來共同成長</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	自編講義		
參考書籍	<p>曾光華著，服務業行銷與管理，前程企管出版，2009.</p> <p>Lovelock & Wirtz, Services Marketing, 5th edition, Prentice Hall, 2009</p>		
批改作業篇數	3 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	<p>◆平時考成績： % ◆期中考成績：20.0 % ◆期末考成績：30.0 %</p> <p>◆作業成績： 30.0 %</p> <p>◆其他〈出席率與課堂互動〉：20.0 %</p>		
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>		