

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷專題研討	授課 教師	張俊惠 Chang Chun-hui
	SEMINAR ON MARKETING		
開課系級	國企一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TBTXJ1A		
學系(門)教育目標			
<p>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」。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 培養成為國際企業之專業經理人。</p> <p>B. 培訓具有獨立分析、判斷、解決企業經營問題之能力。</p> <p>C. 培訓具有審視國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有外語運用能力。</p> <p>E. 培訓具有數理邏輯思考與分析能力。</p> <p>F. 培訓具有國際品牌與行銷管理能力。</p> <p>G. 培訓具有財務金融與經濟分析之應用能力。</p> <p>H. 培訓具有團隊合作與社會服務之精神。</p>			
課程簡介	<p>本課程將引導同學思考中高階行銷管理者所必需具備之理論與概念,並了解如何將之應用於實際的行銷實務之中,進一步得以制定出縝密之行銷策略。</p>		
	<p>The Primary objective is to enable students to understand how to make the kinds of decisions they will face in middle-management positions. Besides, this course will put an emphasis on the application of marketing concepts, tools, and decision-making processes.</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	學生將了解相關重要的行銷觀念並具備縝密行銷策略制定之能力	Students will be able to understand the important marketing related concepts and theories, and have the abilities to make better marketing strategy decisions.	P3	ABCDEFH

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	學生將了解相關重要的行銷觀念並具備縝密行銷策略制定之能力	課堂講授、分組討論、演講	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	Introduction	
2	09/20	Reading1:Marketing Myopia	
3	09/27	Reading2: What's wrong with strategy?	
4	10/04	Reading3:Building your company's vision,	
5	10/11	Lecture 1	
6	10/18	Reading4:To diversify or not to diversify	
7	10/25	Reading5:Customizing Global Marketing	
8	11/01	Lecture 2	

9	11/08	Lecture 3	
10	11/15	Reading6:The new appeal of private labels	
11	11/22	Reading7:How to fight a price war	
12	11/29	Reading8:Building brands without mass media	
13	12/06	Reading 9: To Buy or To Pirate?	
14	12/13	分組討論報告1	
15	12/20	分組討論報告2	
16	12/27	分組討論報告3	
17	01/03	分組討論報告4	
18	01/10	分組討論報告5 and Review	
修課應 注意事項	reading assignments以及成績考核將以以上課公佈為準。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Reading assignments		
參考書籍	Marketing Management: Strategies and Programs 6thby Gultinan,J. P., G. W. Paul, and T. J. Madden (華泰), 1997		
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：20.0 % ◆期中考成績： % ◆期末考成績： % ◆作業成績： % ◆其他 (Reading report and p) : 80.0 %		
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。		