

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理研討	授課 教師	黃曼琴 Huang, Man-chin
	SEMINAR IN MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管一碩士班 A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TMBXM1A		
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>本課程主要由教師介紹21世紀行銷管理觀念的內涵及架構.指定研討議題由學生找出閱讀論文,使同學具備閱讀行銷議題論文及評析的能力,並幫助同學建立個人論文相關資訊收集的能力.此外指定個案使同學加強行銷個案分析的能力.</p>		
	<p>the main Objective of Course is: (1)Introducing concepts of 21 century marketing management (2)Assigning some topics of marketing management let studnents read paper and try to find their research field, and (3)presenting case discussion in order to stimulate student to know about marketing practices and problems of Taiwan business</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21世紀行銷管理觀念的內涵及架構	let students to know 21 century concepts of marketing management	C4	ACDEGH
2	使同學具備閱讀行銷議題論文及評析的能力	let students increase the ability of read and command paper	C5	ABCDEG
3	使同學加強行銷個案分析的能力	increase students' ability of case discussion	C6	ABCDEFG

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21世紀行銷管理觀念的內涵及架構	課堂講授、分組討論	出席率、小考、期中考、期末考
2	使同學具備閱讀行銷議題論文及評析的能力	分組討論	報告、討論
3	使同學加強行銷個案分析的能力	分組討論	報告、討論

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	introduction(行銷管理觀念架構)	9/17
2	09/20	21世紀行銷管理	9 /24
3	09/27	21世紀行銷管理	10/1
4	10/04	行銷績效(顧客滿意,顧客價值,忠誠...)	10/8
5	10/11	行銷研究(基礎統計方法介紹)	10/15

6	10/18	消費者行為(策略客戶)****個案討論****	10/22
7	10/25	STP; ***個案討論***	10/29
8	11/01	產品策略(產品線策略,品牌策略—延伸,權益,忠誠) paper1	11/5
9	11/08	新產品(研發,來源國,產品知識,...) paper2	11/12
10	11/15	期中考	11/19
11	11/22	服務(服務品質,服務策略)paper3	11/26
12	11/29	定價策略 paper4	12/3
13	12/06	傳統通路策略(通路決策,密度,權力)paper5	12/10
14	12/13	網路通路(網路購物,部落格行銷,...)paper6	12/17
15	12/20	整合溝通行銷(廣告訴求策略,廣告效果,促銷策略)paper7	12/24
16	12/27	整合溝通行銷策略(廣告代言人,比較廣告,.....)paper8	12/31
17	01/03	置入式行銷,非營利組織行銷運動行銷,體驗行銷,****個案討論****	1/7
18	01/10	期末考	1/14
修課應注意事項	具備主動及認真投入的態度		
教學設備	(無)		
教材課本	高登第譯 科特勒著, "新世紀行銷宣言", 天下出版, 2002年		
參考書籍	邱志聖著, "策略行銷分析", 智勝書局, 2000年 曾光華著 "行銷管理" 前程圖書公司 方世榮譯 "行銷管理學" 東華書局 林建煌著 "行銷管理" 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>
----	---