

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	授課 教師	陳水蓮 Chen, Shui-lien
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	管科一碩專班 A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TMFXJ1A		
學系(門)教育目標			
<p>一、開發研究潛力。</p> <p>二、整合多元領域。</p> <p>三、重視倫理道德。</p> <p>四、養成宏觀未來。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 培育具有科際整合之能力。</p> <p>B. 培育具有企業實務之經驗。</p> <p>C. 培育具有統計分析之基本素養。</p> <p>D. 培育具有財經分析之基本素養。</p> <p>E. 培養具有科際整合之能力。</p> <p>F. 培育具有企業實務之經驗。</p> <p>G. 具有外語運用能力。</p> <p>H. 具有學術論文競賽能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程主要在於發展一個結構性的架構來協助同學瞭解以及執行行銷功能。透過學習如何成功地將行銷功能各要素整合到一個具有策略性與一致性的行銷計畫，同學將會廣泛地接觸到以下的議題行銷系統之架構、策略性規劃、行銷組織、行銷環境、市場區隔與目標市場之選定、行銷組合策略等層面。</p>		
	<p>The main purpose of this course is to develop a structural framework to help the students understand and practice the marketing function. By learning the integration for the marketing function and related elements as a strategic and consistent marketing plan, the students will extensively get in touch with the following issues: marketing framework, marketing organization, marketing environment, segmentation and market target, and marketing mix etc.</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	1.培育解決企業行銷管理能力的人才。 2.具有行銷管理跨領域整合的能力。	Designing and Managing Integrated Marketing Communications	P6	AEF

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	1.培育解決企業行銷管理能力的人才。 2.具有行銷管理跨領域整合的能力。	課堂講授、分組討論	報告、期中考、期末考

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	Understanding Marketing Management	
2	09/20	Gathering Information and Scanning the Environment	
3	09/27	Conducting Marketing Research and Forecasting Demand	
4	10/04	Creating Customer Value, Satisfaction, and Loyalty	
5	10/11	Analyzing Consumer Markets	
6	10/18	Analyzing Business Markets	
7	10/25	Identifying Market Segments and Targets	
8	11/01	Building Strong Brands	

9	11/08	期中考試週	
10	11/15	Setting Product Strategy	
11	11/22	Designing and Managing Services	
12	11/29	Developing Pricing Strategies and Programs	
13	12/06	Designing and Managing Integrated Marketing Channels	
14	12/13	Managing Retailing, Wholesaling, and Logistics	
15	12/20	Designing and Managing Integrated Marketing Communications	
16	12/27	Managing Mass and Personal Communications	
17	01/03	Creating Successful Long-Term Growth	
18	01/10	期末考試週	
修課應注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		曾光華, 行銷管理, 前程出版	
參考書籍		Marketing Management, 13th Edition, by Philip Kotler; Kevin Lane Keller, 2008	
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：30.0 % ◆期中考成績：30.0 % ◆期末考成績：40.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈 〉： %	
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。	