

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

| | | | |
|--|--|----------|-----------------------|
| 課程名稱 | 行銷策略與實務 | 授課 教師 | 張俊惠 Chang Chun-hui |
| | MARKETING STRATEGIES AND PRACTICE | | |
| 開課系級 | 國企系二P | 開課 資料 | 選修 單學期 3學分 |
| | TBTXB2P | | |
| 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. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</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經濟分析之能力。</p> <p>F. 培訓具有國際品牌與行銷管理之能力。</p> <p>G. 培訓具有財務金融應用之能力。</p> <p>H. 培訓具有經貿法規與國際經濟組織之基本素養。</p> <p>I. 培訓具有團隊合作與社會服務之精神。</p> | | | |
| 課程簡介 | <p>本課程將講授行銷相關策略之應用，結合實際的市場環境所展現之機會與威脅，配合實務案例，讓學生了解環境變化對行銷策略所造成之衝擊與影響，深入剖析擬定行銷4P策略(即產品策略、定價策略、通路策略與推廣策略)應掌握的重點與重要的策略思考。</p> | | |
| | <p>The primary objective of this class is to enable students to make appropriate marketing strategies according to the changing environment.</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 | 學生將透過實際的行銷案例，深入剖析相關行銷策略制定的方向，進一步強化其實務應用相關行銷知識及技巧的能力。 | Enhance the students' abilities and skills to make the related marketing strategies appropriately. | P3 | ABCEFI |

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 | 學生將透過實際的行銷案例，深入剖析相關行銷策略制定的方向，進一步強化其實務應用相關行銷知識及技巧的能力。 | 課堂講授、分組討論 | 出席率、報告、討論、期中考、期末考 |

授課進度表

| 週次 | 日期起訖 | 內容 (Subject/Topics) | 備註 |
|----|-------------------------|------------------------------------|----|
| 1 | 100/02/14~ 100/02/20 | 課程介紹&行銷基本觀念 | |
| 2 | 100/02/21~ 100/02/27 | An Overview of Strategic Marketing | |
| 3 | 100/02/28~ 100/03/06 | 228 | |
| 4 | 100/03/07~ 100/03/13 | 案例1 | |
| 5 | 100/03/14~ 100/03/20 | 案例2 | |
| 6 | 100/03/21~ 100/03/27 | Marketing environmental factors | |
| 7 | 100/03/28~ 100/04/03 | 個案分組討論1 | |
| 8 | 100/04/04~ 100/04/10 | 個案分組討論2 | |

| | | | |
|--------------|---|-------------------------------|--|
| 9 | 100/04/11~ 100/04/17 | 個案分組討論3 | |
| 10 | 100/04/18~ 100/04/24 | 期中考試週 | |
| 11 | 100/04/25~ 100/05/01 | Customer Behavior Analysis | |
| 12 | 100/05/02~ 100/05/08 | 個案分組討論4 | |
| 13 | 100/05/09~ 100/05/15 | 個案分組討論5 | |
| 14 | 100/05/16~ 100/05/22 | marketing strategies planning | |
| 15 | 100/05/23~ 100/05/29 | 個案分組討論6 | |
| 16 | 100/05/30~ 100/06/05 | 個案分組討論7 | |
| 17 | 100/06/06~ 100/06/12 | 個案分組討論8 | |
| 18 | 100/06/13~ 100/06/19 | 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 | 個案及案例 & reading assignments | | |
| 參考書籍 | Marketing: Concepts and Strategies by Pride, W.M. and O.C. Ferrell | | |
| 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： % ◆其他〈分組報告〉：30.0 % | | |
| 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。 | | |