

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。		