

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	高科技行銷	授課 教師	吳雅玲 Wu, Ya-ling
	HIGH TECH. MARKETING		
開課系級	資管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMIXB4P		
學系(門)教育目標			
因應國際學術潮流及國內實務需求，培育深具敬業態度與團隊精神之優越資訊技術、資訊應用、管理與規劃人才。			
學生基本能力			
<p>A. 問題分析與關鍵思考。</p> <p>B. 企業基礎與實務知識。</p> <p>C. 資訊系統運用。</p> <p>D. 程式設計。</p> <p>E. 網路系統規劃。</p> <p>F. 資料庫設計與管理。</p> <p>G. 系統整合。</p> <p>H. 資訊系統分析與設計。</p> <p>I. 專案管理。</p>			
課程簡介	本課程提供高科技產品及創新的企業行銷策略之講授，主題包括基本科技策略的方法、關係行銷、高科技廠商的市場導向及研發與行銷的互動、顧客導向定價的決策模型等議題。		
	This course introduces an overall concept of the marketing of high-technology products and innovations. The content includes strategic market planning in high-tech firms, relationship marketing, Marketing research in high-tech markets, pricing considerations in high-tech markets, etc.		

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. 學生將更能瞭解高科技之實務環境 2. 學生將更能瞭解顧客關係管之議題 3. 學生將能更瞭解高科技環境之各種行銷策略	1. Help senior undergraduate more realistically understand the high-tech environment. 2. Help senior undergraduate more understand related issues of customer relationship management. 3. Help senior undergraduate understand various marketing strategies of high-tech environment.	C6	ABCI

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. 學生將更能瞭解高科技之實務環境 2. 學生將更能瞭解顧客關係管之議題 3. 學生將能更瞭解高科技環境之各種行銷策略	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、小考、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	Course agreement & course introduction	
2	100/02/21~ 100/02/27	Ch 1. Introduction to the World of High-Technology Marketing	
3	100/02/28~ 100/03/06	Ch 2. Strategic Market Planning in High-tech Firms	
4	100/03/07~ 100/03/13	Ch 3. Culture and Climate Considerations for High-Tech Companies	

5	100/03/14~ 100/03/20	Ch 4. Market Orientation and Cross-Functional Interaction	
6	100/03/21~ 100/03/27	Ch 5. Partnerships, Alliances, and Customer Relationships	
7	100/03/28~ 100/04/03	Ch 6. Marketing Research in High-Tech Markets	
8	100/04/04~ 100/04/10	No class (教學行政觀摩日)	
9	100/04/11~ 100/04/17	Ch 7. Understanding High-Tech Customers	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	Ch 8. Technology and Product Management	
12	100/05/02~ 100/05/08	Ch 9. Distribution Channels and Supply Chain Management in High-Tech Markets	
13	100/05/09~ 100/05/15	Ch 10. Pricing Considerations in High-Tech Markets	
14	100/05/16~ 100/05/22	Proposal sharing	
15	100/05/23~ 100/05/29	畢業班考試週	
16	100/05/30~ 100/06/05	No class	
17	100/06/06~ 100/06/12	No class	
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項	1.平時成績是指隨堂小考與小組報告，小考與報告次數不定，學期終了結算平均值，作為平時成績。 2.除了以上成績，課堂參與討論並提出正確解答者，將另行加分。 3.所有公告資訊請至教學支援平台讀取		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Mohr, J., Sengupta, S., and Slater, S. (2010). Marketing of High-Technology Products and Innovations, Third Edition, Pearson.		
參考書籍	講義		
批改作業 篇數	11 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：25.0 % ◆期末考成績：25.0 % ◆作業成績： 30.0 % ◆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。