

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際行銷與廣告專題	授課 教師	張勝雄
	INTERNATIONAL MARKETING AND ADVERTISEMENT		
開課系級	國企在職班四 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TBTXK4A		
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>國際行銷與廣告專題目的在培養學生具有策略思考與行銷廣告企劃能力，希望能夠藉由授課老師講解以激發學生創意思考能力來撰寫行銷與廣告企劃案。除此之外，本課程希望能使學生瞭解公司行銷策略以及實際行銷與廣告計畫案撰寫當中所有各種活動及執行細節。</p>		
	<p>the Lecturer of this course aims to develop student's abilities on strategic thinking and marketing planning. In addition, the lecturer will lecture students on marketing and advertisement proposals by dividing students into groups on different topics of marketing and advertisement.</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	使學生了解如何發展行銷策略思考，以及讓學生了解如何準備行銷與廣告企劃。藉由課本相關行銷企劃與廣告企劃案例，讓學生對於行銷與廣告企劃有具體構念。最後本課程將讓學生模擬行銷企劃書與廣告企劃實作。	The lecturere of this course aims to demonstrate on how to develop marketing and advertising planning proposals. By related case studies on marketing planning and advertisement planning, this course tends to combine related markeing theories and business practices in the real world.	P3	AEFI

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	使學生了解如何發展行銷策略思考，以及讓學生了解如何準備行銷與廣告企劃。藉由課本相關行銷企劃與廣告企劃案例，讓學生對於行銷與廣告企劃有具體構念。最後本課程將讓學生模擬行銷企劃書與廣告企劃實作。	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論

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	
2	100/02/21~ 100/02/27	行銷企劃的本質	
3	100/02/28~ 100/03/06	行銷企劃目標	
4	100/03/07~ 100/03/13	內部環境分析	

5	100/03/14~ 100/03/20	個人創意思考與團隊腦力激盪	
6	100/03/21~ 100/03/27	新產品上市企劃	
7	100/03/28~ 100/04/03	公關與事件行銷企劃	
8	100/04/04~ 100/04/10	促銷企劃案	
9	100/04/11~ 100/04/17	其他類行銷企劃：案例與分析	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	行銷廣告企劃撰寫(I)	
12	100/05/02~ 100/05/08	行銷廣告企劃撰寫(II)	
13	100/05/09~ 100/05/15	行銷廣告企劃實作報告(I)	
14	100/05/16~ 100/05/22	行銷廣告企劃實作報告(II)	
15	100/05/23~ 100/05/29	畢業班期末考試	
16	100/05/30~ 100/06/05	畢業班停課	
17	100/06/06~ 100/06/12	畢業班停課	
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		曾光華, 行銷企劃, 前程文化事業有限公司, 初版, 2009年10月。	
參考書籍		William O. Bearden, Thomas Ingram, and Raymond LaForge (2005), Marketing: Principles and Perspectives, 5th. edition, Boston, MA: McGraw Hill/Irwin. Philip Kotler (2008), Marketing Management, 13th. edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. William M. Pride and O. C. Ferrell (2006), Marketing, 13th. edition, Boston, MA: Houghton Mifflin.	
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：35.0 %   ◆期中考成績：20.0 %   ◆期末考成績：45.0 % ◆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。**