

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷管理	授課 教師	顏秀鳳 Yen Hsiu-feng
	MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	會計進學班四 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMAXE4A		
學系(門)教育目標			
<p>一、精實會計專業。</p> <p>二、提升資訊技能。</p> <p>三、整合多元領域。</p> <p>四、重視倫理道德。</p> <p>五、增進人文素養。</p> <p>六、建立國際視野。</p> <p>七、養成宏觀未來。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 財務報告編製能力。</p> <p>B. 財務報告分析能力。</p> <p>C. 財務報告查核能力。</p> <p>D. 成本計算及分析能力。</p> <p>E. 管理決策能力。</p> <p>F. 資訊科技應用能力。</p> <p>G. 溝通協調及團隊合作能力。</p> <p>H. 社會責任及職業道德素養。</p> <p>I. 社會責任及職業道德素養。</p>			
課程簡介	<p>本課程主要目的是培養學生具備行銷相關的理念與分析研究及管理的技術。內容包括：第一篇為行銷的基本觀念與行銷環境、第二篇透視市場、第三篇為行銷組合、第四篇為是提升產品價值、第五篇展現產品價值、第六篇成就行銷理念</p>		
	<p>Participants, through textbooks and discussions, are expected to familiarize themselves with : 1. Introducing of marketing mix, i.e., the 4Ps (Product, Price ,Place, Promotion); 2. Presenting basic marketing ideas and the components of a marketing plan; 3.Discussing the contemporary marketing thoughts and the future trends of marketing.</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學生能夠了解行銷基本理論	Students can understand the concept of the marketing theory.	C2	FGHI
2	2學生能夠企劃行銷方案	Students are capable of planning the project of marketing.	C4	FGHI
3	3學生能夠執行行銷活動	Students are capable of executing the action of marketing.	C4	FGHI

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學生能夠了解行銷基本理論	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考
2	2學生能夠企劃行銷方案	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考
3	3學生能夠執行行銷活動	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~ 100/02/20	行銷管理基本概念	
2	100/02/21~ 100/02/27	行銷環境	
3	100/02/28~ 100/03/06	行銷研究	
4	100/03/07~ 100/03/13	消費者市場與消費者行為	

5	100/03/14~ 100/03/20	組織市場與組織購買行為	
6	100/03/21~ 100/03/27	市場區隔與目標市場	
7	100/03/28~ 100/04/03	品牌經營與定位	
8	100/04/04~ 100/04/10	產品管理與新產品發展	
9	100/04/11~ 100/04/17	服務之行銷管理	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	價格訂定	
12	100/05/02~ 100/05/08	行銷通路管理	
13	100/05/09~ 100/05/15	零售、批發與物流	
14	100/05/16~ 100/05/22	整合行銷溝通	
15	100/05/23~ 100/05/29	畢業考	
16	100/05/30~ 100/06/05		
17	100/06/06~ 100/06/12		
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		行銷管理概論—探索原理與體驗實務,曾光華,前程出版	
參考書籍			
批改作業 篇數		1 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：40.0 % ◆期末考成績： % ◆作業成績： % ◆其他〈報告成績〉：30.0 %	

備考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>
----	---