**大專校院遠距教學課程－教學計畫大綱(格式)**

填表說明：

1. 依據**專科以上學校遠距教學實施辦法第6條**：學校開授遠距教學課程，應依學校規定由開課單位擬具教學計畫，依大學法施行細則及專科學校法規定之課程規劃及研議程序辦理，經教務相關之校級會議通過後實施，並應公告於網路。前項教學計畫，應載明教學目標、修讀對象、課程大綱、上課方式、師生互動討論、成績評量方式及上課注意事項。
2. 教學計畫大綱如下，請填入教育部「大學校院課程網」或「技職校院課程網」之「課程大綱」欄位，且能有效連結閱覽。
3. 本件提報大綱為基本填寫項目，實際撰寫內容格式，學校可依需求進行調整設計。

**學校名稱：東海大學**

**開課期間：111學年度下學期 (本學期是否為新開設課程： □是 ■否)**

**壹、課程基本資料 (**有包含者請於□打**)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 課程名稱 | 行銷管理 |
|  | 課程英文名稱 | Marketing Management |
|  | 教學型態 | **■**非同步遠距教學□同步遠距教學主播學校 請填列本門課程之收播學校與系所：(1)學校: 系所: |
|  | 授課教師姓名及職稱 | 卜唯平 兼任助理教授 |
|  | 師資來源 | **■**專業系所聘任 □通識中心聘任 □以上合聘 □其他 |
|  | 開課單位名稱(或所屬學院及科系所名稱) | 工業設計學系 |
|  | 課程學制 | □學士班 □進修學士班 □學士班在職專班□碩士班 **■**碩士班在職專班 □博士班□學院（□二年制 □四年制）□專科（□二年制 □四年制） □進修專校 □進修學院（□二技 □四技 □碩士在職專班）□學位學程（□二年制 □四年制 □碩士班）□學分學程 |
|  | 部別 | □日間部 **■**進修部(夜間部) □其他 |
|  | 科目類別 | □共同科目 □通識科目 □校定科目**■**專業科目 □教育科目 □其他 |
|  | 部校定(本課程由那個單位所定) | □教育部定□校定 □院定 □所定 **■**系定 □其他 |
|  | 開課期限(授課學期數) | **■**一學期(半年) □二學期(全年) □其他 |
|  | 選課別 | □必修 **■**選修 □其他 |
|  | 學分數 | 3 |
|  | 每週上課時數 | (非同步遠距教學，請填平均每週面授時數) |
|  | 開課班級數 | 1 |
|  | 預計總修課人數 | 20 |
|  | 全英語教學 | □是 **■**否 |
|  | 國外學校合作遠距課程(有合作學校請填寫) | 國外合作學校與系所名稱:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**■**國內主播 □國內收播 □境外專班 □雙聯學制 □其他 |
|  | 課程平臺網址（非同步教學必填） | https://ilearn.thu.edu.tw |
|  | 教學計畫**大綱檔案連結**網址 | http://desc.ithu.tw/111/2/7133 |

**貳、課程教學計畫**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 教學目標 | 本課程旨在藉由對行銷管理理論之解析與探討，建立同學基本的行銷概念，並進一步引發其對行銷議題的興趣。其次，利用分組方式進行行銷管理個案之討論與演練，以培養同學分析、思考、解決行銷問題之能力。而設計領域的工作者，有更多的機會接觸到品牌相關工作，本課程以學術融合實務操作的教學方法，使學習者能了解品牌建立與行銷的基本概念，並藉由個案探討與實作演練，提升學習者的實務應用能力。 |
|  | 適合修習對象 | 碩士在職專班一年級以上、碩士班一年級以上、大三以上 |
|  | 課程內容大綱 | （請填寫每週次的授課內容及授課方式）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 週次 | 授課內容 | 授課方式及時數**(請填時數，無則免填)** |
| 面授 | 遠距教學 |
| 非同步 | 同步 |
| 1 | 課程介紹-歡迎來到行銷的世界中 |  |  | 3 |
| 2 | 瞭解行銷的本質 |  | 3 |  |
| 3 | 策略規劃與行銷 |  | 3 |  |
| 4 | 消費者行為 (1) |  | 3 |  |
| 5 | 消費者行為 (2) |  | 3 |  |
| 6 | 競爭者分析與競爭策略 |  | 3 |  |
| 7 | 市場區隔、目標市場、定位(1) |  | 3 |  |
| 8 | 市場區隔、目標市場、定位(2) |  | 3 |  |
| 9 | 期中報告 |  |  | 3 |
| 10 | 產品基本概念與產品屬性 |  | 3 |  |
| 11 | 創意與行銷 |  | 3 |  |
| 12 | 產品定價與管理行銷通路 |  | 3 |  |
| 13 | 品牌管理-Ⅰ |  | 3 |  |
| 14 | 品牌管理-Ⅱ |  | 3 |  |
| 15 | 體驗行銷與關係行銷 |  | 3 |  |
| 16 | 新零售時代 |  | 3 |  |
| 17 | 品牌創新與ESG |  | 3 |  |
| 18 | 期末報告 |  |  | 3 |

 |
|  | 教學方式 | （有包含者請打，可複選）▓1.提供線上課程主要及補充教材▓2.提供線上非同步教學□3.有線上教師或線上助教□4.提供面授教學，次數：＿＿次，總時數：＿＿小時▓5.提供線上同步教學，次數：＿3＿次，總時數：＿9＿小時6.其它：（請說明） |
|  | 學習管理系統 | 呈現內容是否包含以下角色及功能（有包含者請打，可複選）1.提供給系統管理者進行學習管理系統資料庫管理**■** 個人資料**■** 課程資訊□ 其他相關資料管理功能2.提供教師(助教)、學生必要之學習管理系統功能**■** 最新消息發佈、瀏覽**■** 教材內容設計、觀看、下載**■** 成績系統管理及查詢□ 進行線上測驗、發佈**■** 學習資訊**■** 互動式學習設計(聊天室或討論區)**■** 各種教學活動之功能呈現□ 其他相關功能（請說明） |
|  | 師生互動討論方式 | (包括教師時間、E-mail信箱、對應窗口等) |
|  | 作業繳交方式 | （有包含者請打，可複選）**■** 1.提供線上說明作業內容* 2.線上即時作業填答

**■** 3.作業檔案上傳及下載* 4.線上測驗
* 5.成績查詢
* 6.其他做法（請說明）
 |
|  | 成績評量方式 | （包括考試方式、考評項目其所佔總分比率）課程參與度 50 %(包含出席、提問、互動討論)期中報告 25% (口語表達能力、內容完整性具有邏輯、是否依規定時間內上傳繳交)期末報告 25 %(口語表達能力、內容完整性具有邏輯、是否依規定時間內上傳繳交) |
|  | 上課注意事項 | 本課程修課同學需自行準備遠距視訊教學設備及網路服務，以利課程之進行。 |