

課程名稱	中文名稱	行銷學		
	英文名稱	Marketing		
授課年段	高一下	學分數	2	
課程屬性 (單選)	專題探究 探索體驗 ■職涯試探 其他_____	跨領域/科目專題 第二外語 通識性課程	跨領域/科目統整 本土語文 —大學預修課程	實作(實驗) 全民國防教育 特殊需求
師資來源	校內單科	校內跨科協同	跨校協同	外聘(大學) ■外聘(其他)
課綱 核心素養	A 自主行動	A1.身心素質與自我精進 A2.系統思考與問題解決 ■A3.規劃執行與創新應變		
	B 溝通互動	B1.符號運用與溝通表達 ■B2.科技資訊與媒體素養 B3.藝術涵養與美感素養		
	C 社會參與	C1.道德實踐與公民意識 C2.人際關係與團隊合作 ■C3.多元文化與國際理解		
學生圖像 (依校選填)	(免填，各校的學生圖像不同)			
學習目標	<p>行銷是業務方面的一個非常重要的環節，如果您沒有客戶上門，那麼您就沒有業務可以執行。在課程中您將透過擬訂企劃或進行銷活動，探索業務流程的不同階段，確認行銷所需的目的和目標進而了解如何執行市場研究，這些細節都對一個公司或企業的業務所產生的影響息息相關。該課程幫您富有創造性，並可以透過不同的行銷組合、預算和時間為企業開發更多有效的行銷活動。</p> <p>Marketing is a very important aspect to a business, if you do not have customers you do not have a business. You will explore different stages of the process that a business goes through when developing a rationale and a marketing campaign. You will examine the marketing aims and objectives, understand how to gain market research and interpret that into showing the impact this might have on a business. You will be creative in developing marketing campaigns for businesses using the marketing mix, looking at budgets and timescales.</p>			
教學大綱	週次	單元/主題	內容綱要	
	1	行銷原則和目的 Principles and purposes of marketing	預期需求/認識需求/刺激需求/滿足需求 Anticipating demand, recognising demand, stimulating demand, satisfying demand.	
	2	行銷宗旨和目標 Marketing aims and objectives:	適應實例，了解客戶的需求和需求、開發新產品、提高盈利能力、擴大市場分享、多元化，提高品牌知名度和忠誠度 Example to adapt; understanding customer wants and needs, developing new products, improving profitability, increasing market share, diversification, increased brand awareness and loyalty, SMART targets.	
	3	市場類型 Types of market	大眾市場和利基市場 Mass and niche market.	
	4	目標市場 Target markets.	了解市場需求、分析市場需求 Anticipating and analyze the markets.	
	5	品牌 Brand	品牌個性、品牌形象、獨特賣點 (USP)，利用相關資訊來製定行銷活動的原理 Branding, brand personality, brand image, unique selling	

		point (USP).
6	客戶分析 Client analysis	研究相關資訊以識別客戶需求和需求的目的 Purpose of researching information to identify the needs and wants of customers.
7	確定目標市場 Identify target markets	尋找目標，並確定市場的規模、結構和趨勢 Searching target markets, and identify size, structure and trends in the market.
8	識別競爭 Identify competition	市場調查方法和用途 The way of Markets survey ,and where used.
9	主要研究 Primary research	包括調查、訪談、觀察、試驗、焦點小組 Include survey, interview, observation, trials, focus groups. Focus on questionnaires - required in part A controlled assessment.
10	二次研究 Secondary research	內部 - 有關客戶和財務的業務數據記錄，包括會員卡和銷售記錄: Internal - business data on customers and financial records to include loyalty cards and sales records.
11	二次研究 Secondary research	外部 - 商業使用互聯網發布報告，政府統計數據，媒體資源 External- Commercially published reports, government statistics, media sources, using the internet.
12	數據分析 Data analysis	何時何地使用量化和量化數據 Quantitative and qualitative data, when and where used.
13	制定基本原理 Developing the Rationale	數據的解釋、分析和使用，以及其他資訊來做出有效的行銷策略。 Interpretation, analysis and use of data and other information to make valid marketing decisions.
14	情景分析 Situational analysis	SWOT(優勢，劣勢，機會，威脅)SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) students will need to cover all letters in the controlled assessment.
15	Justification 正當理由	PESTLE (Political, Economical, Social, Technological, Legal, Environmental) 政治，經濟，社會，技術，法律，環境
16	主題報告 Presentation	學生須解釋對於行銷原理、概念、流程、關鍵術語及數據來源的知識和理解。 Demonstrate knowledge and understanding of marketing principles, concepts, processes, key terms, data sources and definitions.
17	主題報告 Presentation	分析市場行銷的資訊和數據，證明並解釋其基本原理，以及市場行銷活動的潛在影響力。 Analyse marketing information and data, demonstrating the ability to interpret the potential impact and influence on the rationale and marketing campaigns.
18	主題報告 Presentation	制定一個行銷活動，結合多方資源並連接您的想法及觀念以支持您的企劃。 Be able to develop a marketing campaign with appropriate

			justification, linking ideas and evidence from several sources to support ideas.
學習評量 (請註明評量百分比)	平時70% (平台使用、出席狀況、課程互動), 期末30% (心得報告、測驗評量)		
對應學群 (限6)	資訊 地球環境 大眾傳播 文史哲	工程 建築設計 ■外語 教育	數理化 醫藥衛生 生命科學 藝術 社會心理 遊憩運動
備註	筆電, 投影機, 直播設備		