

亞東學校財團法人亞東科技大學
114 年度教材編纂暨教具製作
結案報告

《行銷企劃實務》

申請人： 黃 文 洲
單 位： 行銷與流通管理系

民 國 一 一 四 年 七 月

114 年 教材編纂與教具製作補助 結案報告(113-2 學期)

教 師 姓 名	黃 文 洲	系所、單位	行銷與流通管理系
課 程 名 稱	行銷企劃實務		
申 請 類 別 (詳 細 類 別)	靜態式數位教材	☐ 題庫編纂 ☒ PPT、講義之靜態式自學教材	
	動態影音式數位教材	☐ 線上題庫系統 ☐ 電子書 ☐ PPT 自學教材(錄音講解) ☐ 串流影音式自學教材	
	教案設計式教材開發	☐ 創新創意教案設計 ☐ 即時互動教學教案設計	
	教具製作	☐ 實體教具(教師自行開發)	
重 點 發 展 教 材 特 色	☐ 專業課程之 全英語教學 或 EMI 教學		
發 展 特 色 (需 擇 一)	☐ 資通訊 ☐ 健康照護 ☐ 紡織產業與創新育成 ☐ 教師著作出版品 ISBN_____		
☒ 五創(創新、創意、創造、創客、創業) ☐ PBL 教材導向			
提升教學品質之量化成果 (與舊課程比較)			
1. 教材中增加大量行銷個案實例，以及實施後所產生的績效與成果數據。 2. 於各章節中詳細說明行銷理論於實際經營中之應用程序，以及實踐後所產生之成果數據，以利於學習者能夠即知即行，快速應用於職業生涯中，史所學所用能夠密切結合，善用各項有用之知識和技能。 3. 精確掌握學習者各章節知識、技能之學習成效，利用學期期中、期末測驗及實作練習之機會，以問卷調查彙整整體及個人的學習成果，繪成圖表，以察覺每位學習者的學習動態，隨時調整及輔導成效不佳之同學，以提升整體班級之學習效能。			
提升教學品質之質性成果 (與舊課程比較)			
1. 於教材中呈現多元產業之行銷作為，使學習者能夠從各種角度了解行銷方法之應用，使其能夠根據自己所從事之產業或預期投入的行業來理解與實踐，使其更加符合未來的需求。 2. 經由各產業之實際個案說明與剖析，引導學生於學習中探索未來職涯發展的方向，尤其是針對對於銷售有興趣的學生，可特別傳授其行銷方面之知識與技能，讓學生能在學習中了解職業特性，以及與各人性格的配適程度，在生涯規劃上亦能有所助益。 3. 使學習者能夠更詳盡地了解與熟悉其工具之應用，並增強其溝通之能力，使行銷溝通與實際的業務結合，在產品、定價、通路、推廣各方面均能善加變化及運用，增加學習者之隻行銷專業技能之外，亦能在人際性技能上有所精進。			
學習成效評估檢討與後續補充事項			
本教材於 113-2 學期中開始於課程中實際應用，並於學期末再教學內容、教學方法、教師教學態度、評量作業、綜合評量、其他等方面實施問卷調查，並請學生自評學習成果，調查結果如下：			

1. 整體而言，系平均高達 4.46 分，換算成百分位數，高達 85.63 分。
2. 各群組題目相對來說，以教學內容分數最高，達 4.43 分，對評量作業的評價較低，為 4.20 分，由此可知，同學們對於教學(包含教材)內容的評價最為認同，評量作業評價較低，推測應為學生都不喜歡考試的緣故。而在「課程安排具系統性」、「教學內容份量適當」、「教學表達清晰易於瞭解」、「教材難易適中」、「教學表達清晰易於瞭解」等題目均在整體題目中，位列前幾名高分的題目，顯示學生對於本教材的編纂、內容具有極高的評價。
3. 各題目中，以「提供完整的教學大綱」最高，其次為「善用自學式教材(靜態講義)教具」，顯見本教材就整體來說，或由各章節來看，都得到學生的肯定與認同。
4. 本課程之教材初編之執行效果呈現極佳之成果，未來將持續進行實際驗證，隨時針對問題進行修正，以達更完美的狀態，並隨時更新案例，與時俱進。

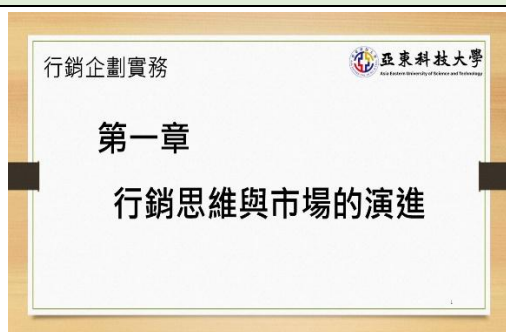
補充附件（教材檔案網址、活動紀錄、教具放置地點...等補充成果，視情況可另附）

教材檔案列載於 PORTAL 系統 教材專區

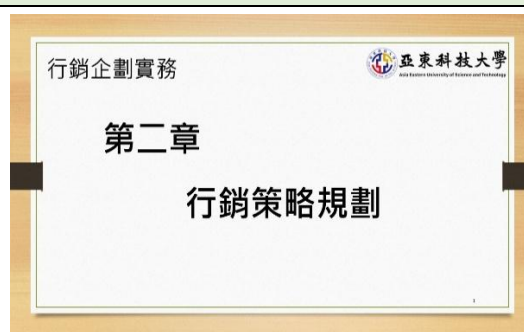
繳交附件列表(含電子檔內容目錄) 請依照規定繳交

Ch1 行銷思維與市場的演進	Ch2 行銷策略規劃
Ch3 區隔目標定位	Ch4 消費者行為
Ch5 產品之分類與架構	Ch6 產品規劃與創新策略
Ch7 通路策略	Ch8 品牌與品牌權益
Ch9 定價的目標與影響因素	Ch10 定價策略
Ch11 品牌決策與管理品牌權益	Ch12 推廣溝通的過程、模式與預算決策
Ch13 廣告訊息與公共關係	Ch14 行銷研究與服務的特性
Ch15 其他行銷管理議題	

成果照片(教具照片 請再附照片原始檔案)



教材內含 15 個章節



教材內含 15 個章節

例：酒品市場→塑造消費者飲酒習性

三得利是日本威士忌的第一品牌，在進入台灣市場初期的廣告，主打獨飲市場，強調一個人獨處時「喝一杯真好」...

台灣飲酒文化(三五好友)~掃感情...該品牌主打獨飲市場~這差異商機

主動式行銷

凸顯日本與台灣飲酒文化差異

例：混種消費者→追求利益角度區隔

遠見雜誌報導：現在的消費者有變成混種消費者的趨勢...

混種消費

沒錢的想追求物質享受，有錢人想要低調平凡...
老的想要年輕化，少的想要裝成熟...

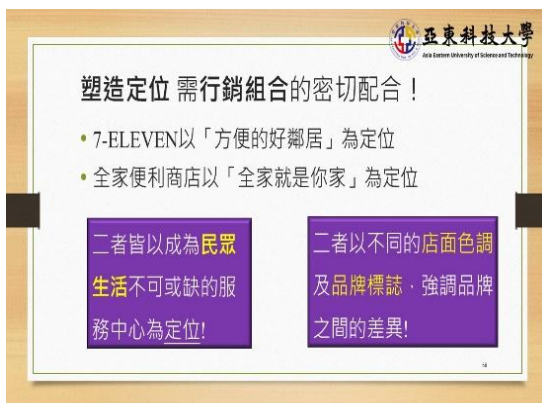
內容配合實務個案作說明

內容配合實務個案作說明



各章節以圖表展現說明

各章節以圖表展現說明



以各種產業個案說明行銷策略之應用

以各種產業個案說明行銷策略之應用

114 年 教材編纂與教具製作補助 結案資料 自審表(113-2 學期)

請依照申請類別 自審結案相關資料，相關定義與分類，請參閱 **教材編纂、教具製作 之 分類與補助金額表(113-2)**

類別	細項類別	繳交資料 (方框 ☐ 為 必交之結案資料)
所有類別皆需繳交 結案報告		a. ☒ 結案報告(需含學習成效問卷) 附註：可自行設計與統計 或 提供每學期課程學生學習評量
靜態式數位教材 (上限 20000 元)	☐ 題庫編纂	b. ☐ 題庫電子檔 (100 題以上) c. ☐ 題庫解答(含解說) 附註：b. c. 項可合併
	☒ 自學式教材 (靜態講義)	b. ☒ PPT 或 講義電子檔 (12 週以上自學教材講義，並提供週次與章節列表)
動態影音式數位教材 (上限 40000 元)	☐ 線上題庫系統	b. ☐ 動態式題庫 或 線上題庫系統檔案(需可單獨運作，系統程式檔需提供存查) c. ☐ 線上題庫系統：網址 _____ 附註：b. c. 可擇一，如為線上題庫網址，需可連結並執行，且必須維持系統 3 年以上運作。
	☐ PPT 自學教材 (錄音講解)	b. ☐ PPT 自學教材檔案(9 週以上課程，教師錄音講解總時長需滿 3 小時，並提供週次與章節列表)
	☐ 串流影音式自學教材	b. ☐ 串流影音式自學教材檔案(教材影片總時長需滿 6 小時以上，並需剪輯整理，非上課錄影)
	☐ 電子書	b. ☐ 電子書(須可以獨立執行檔案) (9 週以上課程，須為獨立執行檔案，非影片)
教案設計式教材開發 (上限 40000 元)	☐ 創新創意教案設計	b. ☐ 教案開發 設計文件 或 搭配教案課程之數位教材(擇一) c. ☐ 執行教案開發之 活動照片 (10 張以上，請提供原始檔) e. ☐ 執行教案開發之 影音資料 (5 分鐘以上)
	☐ 即時互動教學教案設計	f. ☐ 教案發展之其他資料 與 電子檔(可自行提供)。 附註：請勿直接提供學生成果或作品，如提供雲端資料，需可連結並執行，且必須維持系統 3 年以上運作
教具製作 (上限 60000 元)	☐ 實體教具 (教師自行開發)	b. ☐ 教具成品，保存地點： _____ (需為實體教具，由老師自行保管 3 年，訪視、成果發表或展示時須提供) c. ☐ 教具照片 (10 張以上，請提供原始檔案) d. ☐ 搭配教具之教學教材 或 手冊、說明書 f. ☐ 教具介紹 或 操作教學影片 (5 分鐘以上) 附註：請勿直接提供學生成果或作品
重點發展教材特色	☐ 全英語教材	☐ 全英語動態影音式數位教材，

其他補充說明 ○ 其他補充說明或資料，如篇幅不敷使用時，請另增列。

※請 自行審查 結案資料是否完善，並將此表附於 結案報告 內繳交。