朝陽科技大學 092學年度第2學期教學大綱
Marketing Management 行銷管理

當期課號	1191	Course Number	1191
授課教師	莊世杰	Instructor	CHUANG,SHIN CHIEH
中文課名	行銷管理	Course Name	Marketing Management
開課單位	資訊管理系(四日)一A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	本課程的教學目的在於使學生吸收相關的行銷管理的知識,並懂得理論之應用。本課程是所有相關之行銷課程之基礎,被視爲未來許多進階之行銷相關課程之基石,在此課程中將儘量呈現在學術與實務上有關行銷問題之因果關係,以供學生之實務應用。	Objectives	The goal of the course of Marketing Management is primarily that takes an exciting new direction in its quest to guide new marketing students down the intriguing, discovery-laden road to learning marketing . And we attempt to help students master the basic concepts and practices of modern marketing in an enjoyable and practical way . Achieving this goal involves a constant context for the best balance among the "three pillars" that support the text ---theories and concepts, practice and applications, and pedagogy.
教材	1. 以學習者爲中心,採團隊學習方式,以8人爲一組。 2. 每週發一個篇讀閱讀物(內容爲當今流行爲管理概念及企業故事),於上課前每一位同學交一份summary ,並於上課一開始即請各組一位同學發表讀書心得。 3. 課文討論題綱:每週每組均須針對課本及每一章的「練習題」加以討論,於上課中不定期的討論。 4. 個案討論:每週會發一個個案於課堂討論,請各組於上課前將個案內容及討論題目討論完畢。 5. 期中報告:每組進行一次上台報告,內容爲分析一個行銷事件,請依理論給予建議。 6. 期末報告:每組於期末交一份期末報告,內容爲爲一家公司(請自我選定,但必須是真實公司)分析其行銷事件,角色爲擔任顧問之職,內容必須有學理根據。	Teaching Materials	
成績評量方式	1. 課外閱讀讀物(個人成績) 5%(以組爲單位,評分以該組回答問題的正確性) 2. 個案報告成績(團體成績) 20%(以組爲單位,評分以該組回答問題的正確性 再加上書面報告) 3. 期中考(個別成績) 15% 4. 期末考(個別成績) 15% 5. 期中及末報告成績(團體成績) 20%(評分標準:情境描述具體詳盡、分析嚴謹、 結論與建議有理論根據與創見) 6. 課堂參與情形(個別成績) 5%(評分標準:發言是否對主題的了解有幫助、發言次數、發言內容正確性) 7. 出席成績 20%。 註:團體成績之組內差異由同組內同學間相互評定貢獻程度而定。	Grading	
教師網頁			
	本課程的教學目的在於使學生吸收相關的行銷管理的知識,並懂得理論之		The goal of the course of Marketing Management is primarily that takes

教學內容	應用。本課程是所有相關之行銷課程之基礎,被視爲未來許多進階之行銷相關課程之基石,在此課程中將儘量呈現在學術與實務上有關行銷問題之因果關係,以供學生之實務應用。 週次 日期 授課內容 1 I 課程說明 ◎分組 ◎CH1 2 CH1 導論及行銷概論 3 CH2:行銷策略規劃 4 CH3:行銷環境分析 5 CH5:消費者行爲分析 6 CH7:市場區隔與定位 7 期中報告 8 CH8產品策略:產品線規劃與品牌策略 9 期中考(範圍:CH1-8) 10 CH9:產品生命週期 11 CH10基本的價格制定 12 CH11價格策略 13 CH12配銷政策 14 CH13促銷組合 15 CH14廣告推廣 16 CH16期未考告 17 CH17期未報告 18 期末考	**Syllabus**	an exciting new direction in its quest to guide new marketing students down the intriguing,discovery-laden road to learning marketing . And we attempt to help students master the basic concepts and practices of modern marketing in an enjoyable and practical way.Achiving this goal involves a constant context for the best balance among the "three pillars"that support the text ---theories and concepts,practice and applications,and pedagogy.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。