

朝陽科技大學 093學年度第1學期教學大綱
Special Topics on Marketing Management (II) 行銷管理研究專題(二)

| | | | |
|---------------|--|---------------------------|--|
| 當期課號 | 7140 | Course Number | 7140 |
| 授課教師 | 林孟璋 | Instructor | LIN, MEMG JANG |
| 中文課名 | 行銷管理研究專題(二) | Course Name | Special Topics on Marketing Management (II) |
| 開課單位 | 企業管理系碩士班二A | Department | |
| 修習別 | 選修 | Required/Elective | Elective |
| 學分數 | 3 | Credits | 3 |
| 課程目標 | 本課程乃是針對參與本研究小組當中各位教師所指導之學生進行定期研究討論及教學，首先會針對研究生所欲探討之論文內容搜尋相關參考資料，並作為共同討論之議題。後續則針對論文問卷設計實行個別輔導，以協助本課程同學論文得以順利完成。 | Objectives | This subject will provide a chance the graduate students of the research team can discuss the thesis with teachers periodically. First, teachers aid students to search for reference about thesis. Teachers and students of the team will discuss all issues together. After that, teachers will give individual student guidance and assistance about the questionnaire design and aid students to accomplish thesis satisfactorily. |
| 教材 | 1.教師自編講義與教材 2.教師自選個案研究 | Teaching Materials | |
| 成績評量方式 | 口頭報告與上課參與表現40%，學期書面報告30%，期末考20% | Grading | oral and discussion performance40%,report work30% final exam20% |
| 教師網頁 | - | | |
| 教學內容 | <p>壹、行銷基本觀念介紹</p> <p>一、行銷 (Marketing) 是動態的市場活動</p> <p>1. 行銷的基本定義</p> <p>2. 行銷活動的過程</p> <p>二、行銷管理著重 4 P 間的相互協調和適應</p> <p>1. 行銷管理的基本定義</p> <p>2. 4 P：產品 (product)、價格 (price)、推廣 (promotion)、配銷通路 (place)</p> <p>三、行銷的決策必須顧及市場的需要</p> <p>1. 市場的觀念與「行銷近視病」</p> <p>2. 市場佔有率的概念</p> <p>四、行銷操作必須有策略的觀念</p> <p>1. 行銷策略規劃的意義</p> <p>貳、策略行銷管理過程</p> <p>一、分析市場機會</p> <p>1. 企業活動以市場為核心</p> <p>二、選擇目標市場</p> <p>1. 需要之衡量與預測</p> <p>2. 市場區隔</p> <p>3. 選定目標市場</p> <p>三、競爭定位之確立</p> <p>四、擬定行銷組合</p> <p>1. 4 P 與 4 C</p> <p>2. 行銷體系之發展與行銷計劃之擬訂</p> <p>五、管理行銷力量--執行與控制</p> <p>參、回應現代行銷的有效行銷觀念</p> <p>一、行銷觀念與策略必須順應環境變動</p> <p>二、以效果為優先的行銷思考原則</p> <p>三、建立一個能銷售的行銷體系</p> <p>四、行銷在於提供解決問題的產品與服務</p> | Syllabus | <p>Basic Concept of marketing</p> <p>Definition of Marketing and Marketing Management</p> <p>Marketing activities</p> <p>Marketing mix (4P; Price, Product, Place, Promotion)</p> <p>Introduction to Market</p> <p>Power, Marketing Planning, Marketing Strategy</p> <p>Marketing management case study</p> |

