

朝陽科技大學 093學年度第1學期教學大綱
Seminar of Marketing Management 行銷管理專題

當期課號	7176	Course Number	7176
授課教師	林孟璋	Instructor	LIN, MEMG JANG
中文課名	行銷管理專題	Course Name	Seminar of Marketing Management
開課單位	應用外語系碩士班一A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	本課程主要目標在使學生有能力對行銷管理的問題確認，分析，進而發展行銷策略，及制訂決策。此課程協助學生學習現代行銷的重要觀念與內容。	Objectives	The primary goal of this course is aimed at enhancing participants' capacity for problem identification, issue analysis, strategy developing, and decision-making with respect to marketing management. This course is designed to help the students learn the basic concepts of modern marketing. The basic objectives of this course are to provide student with a broad introduction to marketing concepts.
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 performance 40%, report work 30% final exam 20%
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>

