

朝陽科技大學 095學年度第1學期教學大綱
Marketing 行銷原理

當期課號	3578	Course Number	3578
授課教師	林尚德	Instructor	LIN,SHANG DER
中文課名	行銷原理	Course Name	Marketing
開課單位	傳播藝術系(二進)三A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	2	Credits	2
課程目標	<p>教學目標：</p> <p>1.使學生了解行銷概念、行銷4P架構並掌握消費者行爲(知識)</p> <p>2.能具備行銷原理及4P策略之應用(技能)</p> <p>3.能具備行銷從業人員之專業態度(態度)</p> <p>4.能了解行銷領域之市場及其發展應用情形(其他)</p>	Objectives	<p>1. Understand the concept of marketing, marketing 4P structure, and consumer behavior (knowledge)</p> <p>2. Apply 4P marketing principles and strategies (skills)</p> <p>3. Develop a professional attitude in marketing (development)</p> <p>4. Understanding market situations and their development (other)</p>
教材	行銷管理：理論解析與實務應用 / 曾光華 著，初版，前程企管總經銷，民93年	Teaching Materials	
成績評量方式	1. 平時(出席上課及分組) 30 % 2. 期中考試 30 % 3. 期末考試 40%	Grading	1. Attendance & Group Grade 30% 2. Mid-Term Exam. 30% 3. Final 40%
教師網頁	-		
教學內容	<p>第01章：行銷學的基本觀念</p> <p>第02章：行銷環境</p> <p>第03章：行銷資訊與行銷研究</p> <p>第04章：消費者市場與消費者行爲</p> <p>第05章：組織市場與組織購買行爲</p> <p>第06章：市場區隔、目標市場、定位</p> <p>第07章：產品基本概念與產品屬性</p> <p>第08章：新產品發展與產品生命週期</p> <p>期中考 第09章：服務之行銷管理 第10章：價格訂定</p> <p>第11章：行銷通路管理</p> <p>第12章：零售、批發、物流 第13章：推廣基本觀念</p> <p>第14章：廣告與促銷管理</p> <p>第15章：人員銷售、直效行銷、公關</p> <p>第16章：行銷執行與控制</p> <p>期末考</p>	Syllabus	<p>Chap.1 General concepts of Marketing</p> <p>Chap.2 Marketing Environment</p> <p>Chap.3 Marketing Information & Marketing Research</p> <p>Chap.4 Consumers' Market & Behavior</p> <p>Chap.5 Org. Buying & Org. Market</p> <p>Chap.6 Market Segregation, Target Market & positioning</p> <p>Chap.7 Products</p> <p>Chap.8 Product Development & Production Life Cycle</p> <p>Mid-Term Exam. Chap.9 Marketing Management for Service Sector</p> <p>Chap.11 Chap. 10 Pricing</p> <p>Management for Distribution Channel</p> <p>Chap.11 Wholesaler, Dealers, & Physical Distribution</p> <p>Chap.12 Promotion</p> <p>Chap.13 Advertisement & promotion management</p> <p>Chap.14 Personal selling, Public Relationship</p> <p>Chap.15 Marketing Implementation and Controlling & Final Exam.</p>

尊重智慧財產權，請勿非法影印。