朝陽科技大學 098學年度第1學期教學大綱
Marketing Management 行銷管理

當期課號	1348	Course Number	1348
授課教師	林尙德	Instructor	LIN,SHANG DER
中文課名	行銷管理	Course Name	Marketing Management
開課單位	保險金融管理系(四日)二C	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	2	Credits	2
課程目標	1. 透過本課程的學習，增進同學對行銷的認識，並輔以個案討論 2. 讓學生能應用行銷管理知識於現實生活中 3. 使學生在討論互動中提高學習興趣與效果 4. 對未來無論是就業或創業有所助益	Objectives	1. Helping students to better understand marketing through case discussions. 2. Enabling students to apply marketing management knowledge in daily life. 3. Enabling students to enhance learning interest and effects in discussions. 4. The course helps students in employment and starting business in the future.
教材	行銷管理概論：探索原理與體驗實務 / 曾光華 著 ， 二版 ， 前程文化， 西元2008年9月	Teaching Materials	Essentials of Marketing Managenment: Principles and Practices
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. Attandance & Group Grade 30% 2. Mid-Term Exam. 30% 3. Final 40%
教師網頁	_		
教學內容	第01章：行銷學的基本觀念 第02章：行銷環境 第03章：行銷資訊與行銷研究 第04章：消費者市場與消費者行爲 第05章：組織市場與組織購買行爲 第06章：市場區隔、目標市場、定位 第07章：產品基本概念與產品屬性 第08章：新產品發展與產品生命週期 期中考 第09章：服務之行銷管理 第10章：價格訂定 第11章：行銷通路管理 第12章：零售、批發、物流 第13章：推廣基本觀念 第14章：廣告與促銷管理 第15章：人員銷售、直效行銷、公關 第16章：行銷執行與控制 期末考	Syllabus	Chap.1 General concepts of Marketing Management Chap.2 Marketing Environment Chap.3 Marketing Information & Marketing Research Chap4. Consumers' Market & Consumers' Behaviors Chap.5 Org. Market & Org. Buying Behaviors Chap.6 Market Segregation, Target Market & Positioning Chap.7 Products concept & Products Attribution Chap.8 Product Development & Production Life Cycle Mid-Term Exam. Chap.9 Marketing Management for Service Sector Chap. 10 Pricing Manaagement Chap.11 Marketing channel Management Chap.12 Wholesaler. Dealers, & Physical Distribution Chap.13 Promotion Management Chap.14 Advertisement & promotion management Chap.15 Personnel selling & Public Relationships Chap.16 Marketing Implementation and Controlling & Fianl Exam.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。