

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	3103	Course Number	3103
授課教師	吳文貴	Instructor	WU,WEN KUEI
中文課名	行銷管理	Course Name	Marketing Management
開課單位	企業管理系(四進)二A	Department	
修習別	必修	Required/Elective	Required
學分數	3	Credits	3
課程目標	本課程從完整的行銷管理之議題與程序導入，著重行銷機會與策略發展，以及發展行銷組合。引導學生認識行銷，分享行銷案。具體目標有三：1. 建立以顧客為中心的經營管理理念。2. 學習如何選擇顧客，瞭解顧客需求，以發展行銷策略與任務；3. 激發學生對行銷的熱情與潛力。	Objectives	This course begins with an introduction of the issues and process of marketing management. The content of this course combines the knowledge of target marketing and Marketing Mix. Go behind the scenes for an in-depth look at real marketing practices at large and small companies. To sum up, this course aims at: 1. establishing customer-oriented management thinking; 2. learning how to understand customers and how to use this understanding to develop your marketing task; and 3. arousing students' enthusiasm and their potentials of marketing.
教材	1.曾光華，行銷管理概論—探索原理與體驗實務，前程，2008年9月二版。	Teaching Materials	1.曾光華，行銷管理概論—探索原理與體驗實務，前程，2008年9月二版。
成績評量方式	上課參與與表現：30% 期末考：30% 課堂個案報告：40%	Grading	1.Mid-term exam.:30% 2.Final exam.: 30% 4.Class participation:40%
教師網頁	-		
教學內容	第一週 第1章：行銷管理的基本觀念 第二週 第2章：行銷環境 第三週 第3章：行銷研究 第四週 第4章：消費者市場與消費者行為 第五週 第5章：組織市場與組織購買行為 第六週 第6章：市場區隔與目標市場 第七週 第7章：品牌經營與定位 第八週 第8章：產品管理與新產品發展 第九週 第9章：服務之行銷管理 第十週 第10章：價格訂定 第十一週 第11章：行銷通路管理 第十二週 第12章：零售、批發與物流 第十三週 第13章：整合行銷溝通 第十四週 第14章：大眾溝通 第十五週 第15章：客製化與互動式溝通 第十六週 第16章：行銷執行與控制 第十七週 第17章：顧客體驗與體驗行銷 第十八週 期末考	Syllabus	1.Introduction 2.Environment Scanning and Competition Analysis 3.Marketing Research 4.STP 5.4P、8P、1S、1C 6.Product Strategy 7.Brand Strategy 8.Pricing 9.Mid-term Exam. 10.Promotion Strategy 11.Promotion Plans 12.Advertising 13.Public Relationship 14.Marketing Channel 15.Personal Selling 16.Integrated Marketing Communication 17.Service Marketing/Membership Management 18.Final Exam.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。