朝陽科技大學 098學年度第2學期教學大綱
Integrated Marketing Communication 整合行銷傳播

當期課號	1607	**Course Number**	1607
授課教師	歐宴宗	**Instructor**	OU,YENN TZONG
中文課名	整合行銷傳播	**Course Name**	Integrated Marketing Communication
開課單位	行銷與流通管理系(四日)三A	**Department**	
修習別	必修	**Required/Elective**	Required
學分數	3	**Credits**	3
課程目標	1. 使學生具備整合行銷傳播之概念與理論。 2. 具備撰寫整合行銷傳播企劃書之能力。 3. 能分析國內、外市場現況，提供決策者有力資訊之能力。 4. 了解整合行銷傳播之發展應用情形，並將所學運用於工作中。	**Objectives**	1. To help students understand the principles of integrated marketing communications. 2. To improve the skills of planning 3. Provide information for the decision-maker to analyze for domestic and global market. 4. To help students understand the development and application of integrated marketing communications, than .
教材	整合行銷傳播-全方位理論架構與本土實務個案(第二版) 作者：戴國良 博士 出版社：五南 出版日期：2009年03月18日 ISBN：9789571143484	**Teaching Materials**	Integrated Marketing Communication ISBN：9789571143484
成績評量方式	1.平常成績40% 2.期中測驗30% 3.期末報告30%	**Grading**	1.Class participation 40% 2.Term Test 30% 3.Final Paper 30%
教師網頁			
教學內容	1.整合行銷傳播實戰架構 2.整合行銷傳播理論思維 3.銷售促進 4.賣場行銷 5.品牌經理專業職能 6.整合行銷傳播案例	**Syllabus**	1.The frame of IMC 2.A general introduction of IMC 3.Sales Promotion 4.In-store Marketing 5.The professional administrator 6.Case

尊重智慧財產權，請勿非法影印。