朝陽科技大學 098學年度第2學期教學大綱
Marketing Management 行銷管理

當期課號	2711	Course Number	2711
授課教師	曾淑惠	Instructor	ZENG,SHU HUI
中文課名	行銷管理	Course Name	Marketing Management
開課單位	資訊管理系(四日)二B	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	本課程的教學目的在於使學生吸收相關的行銷管理的知識,並懂得理論之應用。本課程是所有相關之行銷課程之基礎,被視爲未來許多進階之行銷相關課程之基石,在此課程中將儘量呈現在學術與實務上有關行銷問題之因果關係,以供學生之實務應用。	Objectives	The goal of the course of Marketing Management is primarily that takes an exciting new direction in its quest to guide new marketing students down the intriguing, discovery-laden road to learning marketing . And we attempt to help students master the basic concepts and practices of modern marketing in an enjoyable and practical way . Achieving this goal involves a constant context for the best balance among the "three pillars" that support the text ---theories and concepts, practice and applications, and pedagogy.
教材	行銷管理 BOONE/KURTZ 方世榮審閱 林正智.方世榮編譯	Teaching Materials	MARKETING 12E BOONE/KURTZ
成績評量方式	期中考: 30分 期末考: 30分 作業: 30分 平時成績: 10分	Grading	Midterm examination: 30% Final examination: 30% Homework: 30% Class participation : 10%
教師網頁			
教學內容	第1章 透過顧客關係創造顧客滿意度 第2章 策略規劃與行銷過程 第3章 行銷環境、倫理與社會責任 第4章 電子商務：數位時代的行銷 第5章 消費者行爲 第6章 企業對企業行銷 第7章 服務全球市場 第8章 行銷研究與決策支援系統 第9章 市場區隔、選擇目標市場和定位 第10章 關係行銷、顧客關係管理與一對一行銷 第11章 產品與服務策略 第12章 品類和品牌管理、產品識別與新產品開發 第13章 行銷通路 第14章 整合行銷溝通 第15章 廣告與公共關係 第16章 人員銷售與促銷方案 第17章 價格概念與定價策略	Syllabus	CH1 MARKETING: CREATING SATISFACTION THROUGH CUSTOMER RELATIONSHIPS CH2 STRATEGIC PLANNING AND THE MARKETING PROCESS CH3 THE MARKETING ENVIRONMENT, ETHICS, AND SOCIAL RESPONSIBILITY CH4 E-COMMERCE: MARKETING IN THE DIGITAL AGE CH5 CONSUMER BEHAVIOR CH6 BUSINESS-TO-BUSINESS (B2B) MARKETING CH7 SERVING GLOBAL MARKETS CH8 MARKETING RESEARCH, DECISION-SUPPORT SYSTEMS, AND SALES FORECASTING CH9 MARKET SEGMENTATION, TARGETING, AND POSITIONING CH10 RELATIONSHIP MARKETING AND CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) CH11 PRODUCT AND SERVICE STRATEGIES CH12 CATEGORY AND BRAND MANAGEMENT, PRODUCT IDENTIFICATION, AND NEW-PRODUCT PLANNING CH13 MARKETING CHANNELS AND SUPPLY CHAIN MANAGEMENT CH14 DIRECT MARKETING AND MARKETING RESELLERS: RETAILERS AND WHOLESALERS CH15 INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

			CH16 ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS CH17 PERSONAL SELLING AND SALES FORCE MANAGEMENT

尊重智慧財產權，請勿非法影印。