朝陽科技大學 099學年度第1學期教學大綱
Marketing Management 行銷管理

當期課號	1143	Course Number	1143
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(四日)二C	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.建立以顧客爲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	曾光華，行銷管理概論，前程出版，2010年9月初版。	Teaching Materials	曾光華，行銷管理概論，前程出版，2010年9月初版。
成績評量方式	期中考、期末考：50% 課堂paper報告與討論：40%；平時成績（學習態度）：10%	Grading	1.Mid-term exam.:25% 2.Final exam.: 25% 3.Class participation:10% 4.reports: 40%
教師網頁			
教學內容	第一週第1章　行銷：創造與捕捉顧客價值 第二週第2章　公司與行銷策略：合夥建立顧客關係 第三週第3章　分析行銷環境 第四週第4章　管理行銷資訊以增進對顧客深入了解 第五週第5章　瞭解消費者與企業購買行爲 第六週第6章　顧客驅動的行銷策略：爲目標顧客創造價值 第七週第7章　產品、服務與品牌：建立顧客價值 第八週第8章　新產品發展與產品生命週期策略 第九週期中考試週 第十週第9章　定價：了解與獲取顧客價格 第十一週第10章　行銷通路：遞送顧客價值 第十二週第11章　批發業與零售業 第十三週第12章　溝通顧客價值：廣告和公共關係 第十四週第13章　溝通顧客價值：人員推銷與促銷 第十五週第14章　直效與線上行銷：建立直接顧客關係 第十六週第15章　全球市場 第十七週第16章　行銷道德與社會責任 第十八週期末考試週	Syllabus	1.Introduction 2.Strategic Marketing 3.Environment Scanning and Competition Analysis 4.Marketing Research 5.Consumer behavior analysis 6.Customer value and STP 7.Product Strategy 8.Brand Strategy 9.Mid-term Exam. 10.Marketing Channel 11.Product distribution 12.Promotion Strategy 13.Sales promotion and personal selling 14.Direct marketing 15.Global marketing 16.Marketing ethics 17.Final Exam.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。