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	1436	**Course Number**	1436
授課教師	楊浩偉	**Instructor**	
中文課名	行銷管理	**Course Name**	Marketing Management
開課單位	行銷與流通管理系(四日)一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	開學第一節課宣佈。	**Teaching Materials**	To Be Announced.
成績評量方式	期中考: 30 % 期末考: 40 % 平時考核: 30 %	**Grading**	Mid Term Exam: 30 % Final Term Exam: 40 % General Evaluation: 30 %
教師網頁			
教學內容	教學內容: （１）認識並了解何謂行銷 （２）講解並說明何謂行銷流程 （３）行銷的機會與分析 （４）行銷的策略發展模式與架構 （５）行銷組合的發展 （６）組織、執行、評估以及控制行銷努力 （７）個案分析與討論 教學目標: 1. 具備產品與品牌管理的理論與實務知識 2. 瞭解定價決策的基本概念與影響因素 3. 具備整合行銷傳播之概念與理論 4. 瞭解消費者的購買行爲 5. 瞭解STP(市場區隔、目標市場、市場定位) 6. 具備大眾行銷之能力 7. 具備區格行銷之能力 8. 具備五力分析之能力 9. 瞭解產品再定位策略 10. 瞭解知覺定位圖 11. 清楚行銷研究之本質、技術、程序與範圍 12. 具備顛覆傳統行銷思考之能力 13. 瞭解腦力激盪法、扮演法、心向思考法等提升創意方法 14. 培養學生將所學運用於工作中，並不斷學習行銷與流通相關資訊知識之能力 上課方式: 授課方式採取課程內容與個案分析交	**Syllabus**	（１）Understanding Marketing （２）Understanding Marketing Process （３）Analysis Marketing Opportunities （４）Developing Marketing Strategies （５）Developing Marketing Mix （６）Organizing , Implementing , Evaluating，and Controlling Marketing Effort （７）Comprehensive Case Study

	叉進行運用。每一章節先由教師以投影片方式進行講解該章節內容，期間配合手稿或講義與學生討論個案分析，之後採用開放式的問與答模式，帶動學生發言討論，進而提升學生對相關理論的理解。爾後再由同學針對該章節及相關個案進行分組討論，以期能夠呈現課業成果。		

尊重智慧財產權，請勿非法影印。