

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	3239	Course Number	3239
授課教師	曾士祈	Instructor	Tseng, Shih Chi
中文課名	行銷管理	Course Name	Marketing Management
開課單位	行銷與流通管理系(四進)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	『行銷管理學』 Philip Kotler, Kevin Lane Keller著，樓永堅、方世榮譯，台北市-台灣培生教育出版，台灣東華發行(02-23114027)，2006(民95)出版。譯自：Marketing management, 12th ed.	Teaching Materials	『Marketing Management』 Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. Tung Hua Book Company LTD(02-23114027) Taipei, Taiwan.
成績評量方式	1.上課出席率與課堂表現20% 2.期中考試30% 3.分組個案討論與報告(口頭+書面報告)40% 4.期末報告10%	Grading	1.class participation 20% 2.Mid-term Examination 30% 3.Group Project Discussion & (Report + Presentation) 40% 4.Final Report 10%
教師網頁	-		
教學內容	第1章 21世紀的行銷 第2章 發展行銷策略和計畫 第3章 蒐集資訊和掃描環境 第4章 行銷研究和預測需求 第5章 創造顧客價值、顧客滿意和顧客忠誠 第6章 分析消費市場 第7章 分析工業產品市場 第8章 確認市場區隔和目標市場 第9章 創立品牌權益 第10章 設定品牌定位 第11章 應付競爭 第12章 建立產品策略 第13章 服務事業的設計與管理 第14章 發展定價策略和規劃 第15章 設計和管理價值網絡及通路 第16章 管理零售商、批發商和後勤補給系統 第17章 設計及管理整合行銷 第18章 管理大眾傳播：廣告、促銷、活動及公關 第19章 管理個人的溝通能力：直效行銷和個人銷售 第20章 推出市場上的新產品 第21章 前進國際市場 第22章 管理全面行銷組織 藉由激發新世代創意行銷思考模	Syllabus	1. Defining Marketing for the 21st Century 2. Developing Marketing Strategies and Plans 3. Gathering Information and Scanning the Environment 4. Conducting Marketing Research and Forecasting Demand 5. Creating Customer Value, Satisfaction, and Loyalty 6. Analyzing Consumer Markets 7. Analyzing Business Markets 8. Identifying Market Segments and Targets 9. Creating Brand Equity 10. Crafting the Brand Positioning 11. Dealing with Competition 12. Setting Product Strategy 13. Designing and Managing Services 14. Developing Pricing Strategies and Programs 15. Designing and Managing Value Networks and Channels 16. Managing Retailing, Wholesaling, and Logistics 17. Designing and Managing Integrated Marketing Communications 18. Managing Mass Communications 19. Managing Personal Communications

	式，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。		20.Introducing New Market Offerings 21.Tapping Into Global Markets 22.Managing a Holistic Marketing Organization
--	----------------------------------	--	--

尊重智慧財產權，請勿非法影印。