

朝陽科技大學
100學年度第1學期教學大綱

當期課號	3574	中文科名	行銷管理
授課教師	洪福彬	開課單位	銀髮產業管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業必修	開課班級	四年制2年級 A班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
銀髮產業經營管理的能力。	✓				
銀髮產業專業服務的能力。		✓			
專業倫理與職業道德的能力。			✓		
溝通協調與團隊合作的能力。	✓				
自主學習與終身學習的能力。		✓			
國際視野與產業趨勢洞察的能力。		✓			

本課程培養學生下列知識：

本課程係指在安排、設計、規劃、執行與控制有關行銷方案，藉由創造、提供、維繫與他人自由交換有價值的產品與服務，以滿足個人或群體與欲望和需求，並達成企業追求利潤目標的過程。行銷管理課程首將介紹行銷管理的主要概念、行銷策略、行銷管理程序與行銷環境。其次為分析行銷機會，包括行銷研究與目標市場、消費者市場、組織市場、市場區隔等；再者討論行銷組合概念，最後則為應用行銷概念延伸至銀髮相關產業。

- 1.了解行銷管理對於企業經營之功能
- 2.了解行銷管理的主要概念、行銷策略、行銷管理程序與行銷環境
- 3.瞭解分析行銷機會之方法與能力
- 4.應用行銷概念延伸至銀髮相關產業之能力

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.

每週授課主題

- 第01週：行銷管理的意義、顧客導向的演進、行銷總體架構與行銷趨勢
- 第02週：行銷環境與競爭分析
- 第03週：市場調查與行銷研究
- 第04週：市場區隔與產品定位(STP架構)
- 第05週：傳統行銷4P組合與服務業8P/1S/1C十項行銷組合與個案分析
- 第06週：產品策略與品牌策略
- 第07週：促銷理論概論
- 第08週：促銷21種實務方法介紹
- 第09週：期中考
- 第10週：廣告策略與媒體策略
- 第11週：定價策略與公司獲利分析
- 第12週：通路策略、媒體公關與公關活動策略
- 第13週：人員促銷策略
- 第14週：服務與會員經營策略
- 第15週：整合行銷傳播的定義與實例參考
- 第16週：從整體經營能力架構看IMC功能發揮
- 第17週：行銷企畫案撰寫內容介紹
- 第18週：期末分組報告

成績及評量方式

- 隨堂模擬測驗：15%
- 期中考：15%
- 期末考：25%
- 口頭報告：20%
- 學習態度：15%
- 平時作業及出席：10%

證照、國家考試及競賽關係

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

主要教材

2.行銷學(教科書)

參考資料

書名：行銷管理 作者：戴國良 出版年(西元)：100年 出版社：普林斯頓

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：http://www.cyut.edu.tw/~hung56.p407/

E-Mail：hung56.p407@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。