

朝陽科技大學
100學年度第2學期教學大綱

當期課號	1626	中文科名	行銷管理
授課教師	曾兆堂	開課單位	工業工程與管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	日間部四年制3年級 A班
修習別	專業選修		
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
系統、組件或製程等規劃與設計，以滿足需求面的能力。					✓
終身學習態度養成的能力。			✓		
認知、規劃並解決工業工程與管理實務問題的能力。		✓			
跨領域團隊工作及有效溝通與計畫管理的能力。		✓			
專業道德與倫理的認知。				✓	
應用數學、科學及工程知識於專業學科的能力。		✓			
實驗設計與執行、以及實驗數據分析與詮釋的能力。					✓
具備廣度知識以了解當代議題與其社會衝擊的能力。		✓			

本課程培養學生下列知識：

此課程使學生了解企業提供產品及服務時，所運用適當的行銷工具與技巧。主要授課主題包括瞭解行銷管理、掌握行銷洞悉、連結顧客、建立強勢品牌、形成產品策略、傳遞價值、溝通價值等七大部份。本課程透過課程講授來增進學生對行銷管理理論的理解能力，並以個案報告的方式來提昇學生的溝通及簡報能力。

- 1.瞭解行銷管理。
- 2.瞭解行銷中期規劃技術包括市場區隔、選擇目標市場、市場定位。
- 3.掌握行銷短期規劃技術包括產品管理、定價、通路及行銷溝通。
- 4.以團隊合作之方式，有效完成行銷管理個案之探討與分析。

This course enables the students understanding the insights about how marketing tools and techniques must be adapted and modified for products and services, and facilitates students to integrate the necessary knowledge and expertise when get involved the activities of marketing processes in business.

每週授課主題

- 第01週：課程及行銷管理基本介紹
- 第02週：行銷策略
- 第03週：行銷環境分析
- 第04週：行銷研究
- 第05週：創造顧客價值、滿意度與忠誠度
- 第06週：了解消費者行爲
- 第07週：確認市場區隔方法、選擇目標市場
- 第08週：建立品牌權益
- 第09週：期中考
- 第10週：進行品牌定位
- 第11週：產品管理與產品策略
- 第12週：服務業行銷
- 第13週：定價策略
- 第14週：行銷通路與價值傳遞網路
- 第15週：零售管理、批發與物流管理
- 第16週：管理整合行銷溝通與促銷活動
- 第17週：廣告、促銷、事件與公共關係管理
- 第18週：期末考，繳交專題報告

成績及評量方式

- 期中考：20%
- 期末考：20%

口頭報告：20%
平時作業及出席：40%

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.謝文雀，行銷管理--亞洲觀點，華泰文化，台北，2010。(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

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/~cttseng/>

E-Mail：cttseng@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期一,第3~4節,地點:E-317.1;

星期三,第3~4節,地點:E-317.1;

分機:4677

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。