

**朝陽科技大學**  
**101學年度第2學期教學大綱**

當期課號	3212	中文科名	銀髮商品行銷與實務
授課教師	尹衍琦	開課單位	銀髮產業管理系
學分數	2	修課時數	2
修習別	專業選修	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。			✓		
自主學習與終身學習的能力。			✓		
溝通協調與團隊合作的能力。			✓		
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：**

銀髮商品行銷是落實行銷觀念的一套程序，設定行銷目標，擬定STP（區隔、目標市場、定位）設計4P，執行：組織行銷人才，實際推動計畫；控制：驗收成果，評估績效。

- 1.行銷的意義：交換、以物易物。
- 2.市場理念的演進：生產、銷售、行銷、社會行銷。
- 3.行銷的應用與實務：銀髮族
- 4.銀髮族行銷研究

Seniors commodity marketing is a set of procedures for the implementation of the marketing concept. Setting marketing goals, outlining STP (segmentation, targeting, positioning) design 4P, perform: the organization of marketing professionals and the actual promotion plan; Control: acceptance of the results, evaluate performance.

**每週授課主題**

- 第01週：課程內容介紹、課程規定與評分標準
- 第02週：第一章 行銷的本質：行銷的核心概念與定義、誰需要從事行銷
- 第03週：第一章 行銷的本質：行銷管理哲學的演進、顧客滿意度與忠誠度
- 第04週：第二章 策略行銷：策略規畫的定義、層次與程序
- 第05週：第二章 策略行銷：公司、事業部與行銷功能層級的策略決策
- 第06週：第三章 分析行銷環境：對行銷環境的回應
- 第07週：第四章 消費者購買行為：消費者購買決策模式與類型
- 第08週：第四章 消費者購買行為：影響消費者購買行為之因素、消費者購後行為反應
- 第09週：期中考
- 第10週：第五章 組織市場購買行為：組織市場與組織購買的類型及特性
- 第11週：第五章 組織市場購買行為：組織購買的決策程序
- 第12週：第六章 市場區隔與目標市場選擇：市場區隔的定義與基礎
- 第13週：第六章 市場區隔與目標市場選擇：市場區隔的成功要件與策略、產品定位
- 第14週：MOVIE
- 第15週：第七章 產品策略：產品的定義及分類、產品組合策略
- 第16週：第七章 產品策略：產品線策略、新產品開發
- 第17週：第七章 產品策略：產品生命週期、體驗行銷
- 第18週：期末考

**成績及評量方式**

- 期中考：30%
- 平時作業及出席：40%
- 期末考：30%

**證照、國家考試及競賽關係**

- 全國技專校院學生專題製作競賽
- 全國大專院校行銷資料分析競賽

**主要教材**

- 1.行銷管理 理論與個案分析 張國雄 著/雙葉書廊(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：無

E-Mail： [venie@carelife.com.tw](mailto:venie@carelife.com.tw)

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。