

朝陽科技大學
101學年度第2學期教學大綱

當期課號	3249	中文科名	行銷管理
授課教師	廖淑如	開課單位	工業工程與管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	四年制3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
應用數學、科學及工程知識於專業學科的能力。		✓			
認知、規劃並解決工業工程與管理實務問題的能力。		✓			
實驗設計與執行、以及實驗數據分析與詮釋的能力。					✓
系統、組件或製程等規劃與設計，以滿足需求面的能力。					✓
跨領域團隊工作及有效溝通與計畫管理的能力。		✓			
具備廣度知識以了解當代議題與其社會衝擊的能力。		✓			
專業道德與倫理的認知。				✓	
終身學習態度養成的能力。			✓		

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.分析與解構行銷管理個案報告。

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：第1章：瞭解行銷的意義與內涵
- 第02週：第2章：透視行銷環境
- 第03週：第3章：維護行銷道德
- 第04週：第4章：執行行銷研究
- 第05週：第5章：分析消費者行為
- 第06週：第6章：分析組織購買行為
- 第07週：第7章：發展市場區隔、目標市場與定位
- 第08週：第8章：管理產品與推出新產品
- 第09週：經營品牌與繳交期中報告
- 第10週：第10章：發展服務與體驗行銷
- 第11週：第11章：制訂價格
- 第12週：第12章：建設行銷通路
- 第13週：第13章：管理零售、批發與物流
- 第14週：第14章：發展整合行銷溝通
- 第15週：第15章：管理大眾溝通
- 第16週：第16章：管理客製化與互動式溝通
- 第17週：第17章：執行與控制行銷策略
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 行銷企劃報告：40%
- 課堂參與與表現：30%

期末考：20%
出缺席：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

1.行銷管理概論(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/~sjliao/>
E-Mail：sjliao@cyut.edu.tw
Office Hour：
分機:7033

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。