

朝陽科技大學
102學年度第1學期教學大綱

當期課號	3545	中文科名	行銷管理
授課教師	何倉華	開課單位	資訊管理系
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
管理知能於組織資源之運用能力。	✓				
資訊技能於資訊系統之應用能力。					✓
專業倫理與團隊合作協調能力。			✓		
資訊管理相關時事議題認知與自主學習能力。		✓			

本課程培養學生下列知識：

1. 知識：介紹及使學生熟悉行銷管理的相關知識 2. 技能：使學生能夠根據各種不同應用來運用行銷管理的理論 3. 態度：培養學生能根據所學主動瞭解與分析行銷應用實例的學習態度 4. 其他：為後續進階行銷知識應用系統應用與開發之基礎

1. 學生需了解行銷管理、行銷環境的基本概念
2. 學生需了解市場區隔與產品定位
3. 學生需熟悉行銷4P組合策略應用
4. 學生需透過實際案例分析學習的行銷知識之應用
5. 學生需建立整合行銷管理與資訊管理運用之基礎

The goal of the course of Marketing Management is primarily that takes an exciting new direction in its quest to guide new marketing students down the intriguing, discovery-laden road to learning marketing. And we attempt to help students master the basic concepts and practices of modern marketing in an enjoyable and practical way. Achieving this goal involves a constant context for the best balance among the "three pillars" that support the text --- theories and concepts, practice and applications, and pedagogy.

每週授課主題

- 第01週：行銷基本架構導論
- 第02週：行銷基本架構導論
- 第03週：市場區隔，產品定位與行銷組合
- 第04週：市場區隔，產品定位與行銷組合
- 第05週：產品與品牌
- 第06週：產品與品牌
- 第07週：促銷
- 第08週：促銷
- 第09週：廣告與媒體
- 第10週：廣告與媒體
- 第11週：訂價,通路,公關,人員,銷售與服務
- 第12週：訂價,通路,公關,人員,銷售與服務
- 第13週：整合行銷傳播
- 第14週：整合行銷傳播
- 第15週：行銷企劃
- 第16週：行銷企劃
- 第17週：顧客關係管理
- 第18週：顧客關係管理

成績及評量方式

- 課堂參與：20%
- 作業：20%
- 期中考：30%
- 期末考：30%

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.普林斯頓出版(行銷管理 戴國良)

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/~/>

E-Mail：provence0829@yahoo.com.tw

Office Hour：

分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。