

朝陽科技大學
103學年度第1學期教學大綱

當期課號	1439	中文科名	行銷管理
授課教師	李冠穎	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業必修	開課班級	日間部四年制1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
行銷專業實戰能力。	✓				
流通連鎖專業實戰能力。	✓				
職場所需資訊能力。					✓
良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力。		✓			
問題解決、終身學習與創新能力。				✓	
職場所需語文能力。				✓	

本課程培養學生下列知識：

本課程目標在介紹基本行銷理論策略，說明如何應用該理論及策略獲得競爭優勢，並分析如何掌握行銷機會及規劃行銷方案。

1. 規劃行銷傳播策略及活動
2. 運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略
3. 擬定及調整價格，以求利潤與顧客價值最大化
4. 擬定產品或服務策略，以回應市場需求
5. 溝通表達
6. 問題解決
7. 擬定通路策略，以降低成本、發揮最大效益
8. 人際互動
9. 團隊合作

The objective of this course is to provide the students with a complete overview of marketing and a broad understanding on marketing management. To help students to learn, link and apply important marketing concepts also to establish the students' ability on planning marketing management.

每週授課主題

- 第01週：課程介紹
- 第02週：第1章 21世紀的行銷
- 第03週：第2章 發展行銷策略與計畫
- 第04週：第5章 創造顧客價值、顧客滿意與顧客忠誠
- 第05週：第6章 分析消費市場
- 第06週：第7章 分析工業產品市場
- 第07週：第8章 確認市場區隔與目標市場
- 第08週：第9章 建立強勢品牌 第10章 設定品牌定位
- 第09週：期中考
- 第10週：第11章 應付競爭
- 第11週：第12章 建立產品策略
- 第12週：第14章 發展定價策略和規劃
- 第13週：第15章 設計及管理價值網路及通路
- 第14週：第17章 設計及管理整合行銷
- 第15週：第20章 推出市場上的新產品
- 第16週：期末報告
- 第17週：期末報告
- 第18週：期末考

成績及評量方式

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

證照、國家考試及競賽關係

■2010年TIMS行銷專業能力認證初階「行銷企劃證照」

主要教材

1.Philip Kotler and Kevin Lane Keller，行銷管理學，樓永堅、方世榮譯，東華書局。(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/~kylee/>

E-Mail：kylee@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期一,第5~6節,地點:R-243;

星期四,第3~4節,地點:R-243;

分機:7813

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。