

朝陽科技大學
103學年度第1學期教學大綱

| | | | |
|------|------|------|-----------|
| 當期課號 | 3147 | 中文科名 | 行銷管理 |
| 授課教師 | 李碩 | 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 | 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與策略，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：什麼是行銷？
- 第02週：為什麼行銷重要：行銷與個人和社會的關係
- 第03週：當產品過剩的時候該怎麼辦？行銷策略的演進與變化
- 第04週：21世紀的行銷目的：價值與顧客
- 第05週：了解市場（一）：市場洞悉
- 第06週：了解市場（二）：市場調查
- 第07週：消費者與市場：是誰在買？
- 第08週：創造價值：品牌的概念
- 第09週：期中考
- 第10週：產品管理（一）：訂價策略與選擇客群
- 第11週：產品管理（二）：販售、廣告與包裝
- 第12週：消費者與購物行為：如何認識你／妳的顧客？
- 第13週：全球化的市場（一）：什麼是全球化？
- 第14週：全球化的市場（二）：跨文化的行銷策略和挑戰
- 第15週：小眾與次文化：非主流市場的逆襲
- 第16週：行銷與性／別：性別符號的操作
- 第17週：期末報告
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 團體報告：30%
- 期中考：25%
- 期末考：35%
- 出席與課堂參與：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. 書名：Marketing Management 作者：Philip Kotler & Kevin Lane Keller 出版社：Pearson (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/~/

E-Mail：shuo@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。