

朝陽科技大學
103學年度第2學期教學大綱

當期課號	3374	中文科名	行銷原理
授課教師	謝明錦	開課單位	傳播藝術系
學分數	2	修課時數	2
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
傳播專業理論運用與理解分析媒體之能力。				✓	
傳播實務企劃、製作與發展專案之能力。		✓			
團隊合作與實踐職業倫理之能力。			✓		
國際視野之多元傳播專業能力。				✓	

本課程培養學生下列知識：

行銷原理是一門探討產品、服務或理念如何透過市場交易以滿足消費者需求的過程，首先探討行銷核心理念及內涵，進而使學生瞭解行銷4P架構及4P策略之運用。

- 1.使學生了解行銷概念、行銷4P架構並掌握消費者行為。
- 2.能具備行銷原理及4P策略之應用。
- 3.能具備行銷從業人員之專業態度。
- 4.能了解行銷領域之市場及其發展應用情形。

Marketing is a course which explores the process of applying product, service or idea to meet the consumer needs. First, this course will discuss the concept of marketing. Then, the students will understand the structure of marketing 4P and the application of 4P strategy.

每週授課主題

- 第01週：課程介紹，A版：一定需要行銷嗎？
 第02週：C版：近身肉搏的商業世界
 第03週：A版：行銷到底是什麼
 第04週：B版：行銷意涵與顧客導向概念、行銷4P組合概念
 第05週：校慶
 第06週：A版：關於消費者的調查
 第07週：A版：掌握市場建立戰略、B版：行銷環境情報與商機洞察
 第08週：B版：SFP架構分析、策略行銷
 第09週：期中考
 第10週：A版：商品戰略的重點、B版：產品策略
 第11週：A版：什麼是價格戰略、流通戰略、B版：通路策略、定價策略
 第12週：A版：推廣戰略的重點為何
 第13週：B版：銷售推廣策略、媒體企劃與預算
 第14週：C版：真的創造差異、B版：品牌策略
 第15週：C版：行銷不應脫離人性
 第16週：端午節補假
 第17週：B版：服務策略與CPM策略、行銷核心架構與問題解決、全方位行銷計畫
 第18週：期末考

成績及評量方式

- 學習態度：10%
 平時作業及出席：20%
 期中考：35%
 期末考：35%

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. 書名：圖解行銷學 作者：戴國良 出版社：五南 ISBN：9789571166841 出版年：2012/07/01 版次：2 (教科書)
2. 書名：圖解行銷入門：一定要知道的行銷原理 作者：大山秀一 出版社：商周出版 ISBN：9789861201764 出版年：2010/07/29 版次：1 (教科書)

3. 書名：哈佛最受歡迎的行銷課：建立商業概念的第一本書 作者：揚米·穆恩 出版社：先覺 ISBN：9789861341699 出版年：2011/04/25 版次：1 (教科書)

4. 書名：行銷管理概論 作者：Kotler、Keller 出版社：華泰 ISBN：9789576099038 出版年：2013/01 版次：5 (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/~hsieh_mingjin/

E-Mail：hsiehmingjin@gmail.com

Office Hour：

分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。