

朝陽科技大學
104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	林敏平	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能力指標關聯度

核心能力	能力指標	高度 關聯	中 度 關聯	低 度 關聯
管理知能於組織資源之運用能力。	企業需求分析與規畫		✓	
	商業營運模式建立	✓		
專業倫理與團隊合作協調能力。	團隊合作協調能力	✓		
資管相關時事議題認知與自主學習能力。	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：透過顧客關係創造顧客滿意度
- 第02週：策略規劃與行銷過程
- 第03週：行銷環境、倫理與社會責任
- 第04週：電子商務
- 第05週：消費者行為
- 第06週：企業對企業行銷
- 第07週：服務全球市場
- 第08週：行銷研究與決策支援系統
- 第09週：期中考
- 第10週：市場區隔、選擇目標市場和定位
- 第11週：關係行銷、顧客關係管理與一對一行銷
- 第12週：產品與服務策略
- 第13週：品類和品牌管理、產品識別與新產品開發
- 第14週：行銷通路
- 第15週：整合行銷溝通
- 第16週：廣告與公共關係
- 第17週：人員銷售與促銷方案
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 期中考：30%
- 期末考：30%
- 作業：30%
- 平時成績：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 BOONE/KURTZ(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://lmsctl.cyut.edu.tw/2009012>

E-Mail：mplin@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。