

朝陽科技大學
104學年度第1學期教學大綱

當期課號	7037	中文科名	行銷管理研究
授課教師	吳文貴	開課單位	企業管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	日間部碩士班1年級 A班
修習別	專業必修		
類別	英語授課		

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
自主學習與終身學習態度。	邏輯分析		✓	
經營診斷能力。	問題解決企畫案擬定規劃與執行		✓	
創新策略與經營模式之規劃與執行能力。	行銷企劃及管理事務規劃與執行	✓		
	創新專案及創業企劃案規劃與執行		✓	

本課程培養學生下列知識：

本學科為行銷管理領域之課程之一，修行此課程之同學可以明瞭行銷管理研究之範疇，輔以實務案例研討，加上相關文獻之協助，可啟發研究生對於行銷管理議題之興趣，並提昇其研究能力。

- 1.具備分析行銷環境、消費者及競爭對手的能力，進而從中得知可能之各種機會。
- 2.學習如何選擇目標顧客，瞭解顧客需求，並據此規劃適當的行銷工具組合。
- 3.具備分析診斷及方案企劃之實務能力。

This course covers the major research topics of marketing management. It provides an assessment of the marketing management research filed. 1. To establish customer-oriented management thinking. 2. Learn how to understand customers and how to use these understanding to develop the marketing task.

每週授課主題

- 第01週：INTRODUCING MARKETING RESEARCH
- 第02週：Intelligence Scope – Determining the Purpose, Targ
- 第03週：Intelligence Scope – Determining the Purpose, Targ
- 第04週：Intelligence Process – Turning Random Data into Me
- 第05週：Intelligence Process – Turning Random Data into Me
- 第06週：Intelligence Deliverables – Building a High-Impact
- 第07週：Intelligence Deliverables – Building a High-Impact
- 第08週：Intelligence Tools – Collecting, Storing, and Diss
- 第09週：Mid-term exam.
- 第10週：Market Intelligence for Strategic Planning
- 第11週：Market Intelligence for Strategic Planning
- 第12週：Market Intelligence for Marketing, Sales, and Acco
- 第13週：Market Intelligence for Marketing, Sales, and Acco
- 第14週：Market Intelligence for Innovation and Product Lif
- 第15週：Market Intelligence for Innovation and Product Lif
- 第16週：Measuring Marketing : 110+ Key Metrics Every Marke
- 第17週：Measuring Marketing : 110+ Key Metrics Every Marke
- 第18週：Final exam.

成績及評量方式

期中考、期末報告：60%
平時作業及出席：40%

證照、國家考試及競賽關係

- 飛鷹創業競賽
- 其他各類型創意競賽

主要教材

- 1.參考網站：<http://www.learnmarketing.net/theory.htm>(自製教材)
- 2.書名：Handbook of Market Intelligence : Understand, Compete and Grow in Global Markets (2nd Edition) 作者：

Hedin, H., Hirvensalo, I., & Vaarnas, M. 出版社：Somerset, NJ, USA: Wiley. ISBN：9781118923610 出版年：2014
版次：2nd (教科書)

3. 書名：Marketing Research 作者：Sontakki, C.N. 出版社：Himalaya Publishing House ISBN：9789350433034
出版年：2010 (教科書)

4. 書名：Measuring Marketing : 110+ Key Metrics Every Marketer Needs (2nd Edition) 作者：Davis, John A. 出版社：John Wiley & Sons ISBN：9781118153888 出版年：November 2012 (教科書)

參考資料

書名：Handbook of Market Intelligence : Understand, Compete and Grow in Global Markets (2nd Edition) 作者：Hedin, Hans Hirvensalo, Irmeli Vaarnas, Markko 出版年(西元)：May 出版社：Wiley

書名：Measuring Marketing : 110+ Key Metrics Every Marketer Needs (2nd Edition) 作者：Davis, John A. 出版年(西元)：Nove 出版社：John Wiley & Sons

書名：Marketing Research 作者：Sontakki, C.N. 出版年(西元)：2010 出版社：Himalaya Publishing House

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：

E-Mail：

Office Hour：

星期三,第5~6節,地點:T2-1038;

星期四,第3~4節,地點:T2-1038;

分機:7688、7688

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。