

朝陽科技大學
105學年度第1學期教學大綱

當期課號	3187	中文科名	社會行銷
授課教師	張青斌	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	四年制4年級 B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
行銷專業實戰能力	運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略。	✓		
行銷專業實戰能力	掌握顧客需求並進行售後服務及客戶關係管理。	✓		
行銷專業實戰能力	進行行銷管理例行作業及溝通，以確保與相關單位溝通及作業順暢。	✓		

本課程培養學生下列知識：

這門課的設計，主要運用商業行銷的觀念與理論，進行有益社會改變的活動。課程內容分包括介紹社會行銷如何實際執行、社會行銷、媒體與公共關係之間的關聯。從理論與原則的討論到實際的執行，增進同學對社會行銷的認識。

- 1.運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略
- 2.掌握顧客需求並進行售後服務及客戶關係管理
- 3.進行行銷管理例行作業及溝通，以確保與相關單位溝通及作業順暢

The course provides an acquaintance with basic concepts and techniques social marketer would use to sketch a step-by-step social marketing process so that any of you working for a cause in the area of public health and safety, environment, or community involvement and so forth can plan and execute more effective social marketing campaigns.

每週授課主題

- 第01週：社會行銷導論
- 第02週：策略性行銷的計畫過程
- 第03週：發現關鍵成功因素
- 第04週：決定研究的需求與資源
- 第05週：描繪內部及外部環境
- 第06週：選擇目標市場
- 第07週：設定目的及目標
- 第08週：深入了解目標對象與競爭者
- 第09週：期中考
- 第10週：產品：設計市場定位
- 第11週：價格：管理行為改變的成本
- 第12週：通路：讓過程更便利
- 第13週：推廣：製造訊息
- 第14週：推廣：選擇媒體管道
- 第15週：發展評估與監測的計畫
- 第16週：建立預算與籌募基金來源
- 第17週：執行計畫與維持行為
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 期中考：30%
- 平時作業及出席40%：40%
- 期末考：30%

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.社會行銷-提昇生活品質菲利浦·科特勒&內德·羅柏托&南西·李五南圖書出版股份有限公司(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/~ahbin/>

E-Mail：ahbin@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。