

朝陽科技大學
108學年度第2學期教學大綱

當期課號	3147	中文科名	社會行銷
授課教師	蘇芳霈	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	四年制4年級 A班
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

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：課程介紹
- 第02週：社會行銷
- 第03週：策略性行銷的計畫過程
- 第04週：春假
- 第05週：發現關鍵成功因素
- 第06週：決定研究的需求與資源
- 第07週：描繪內部及外部環境
- 第08週：選擇目標市場
- 第09週：期中考
- 第10週：選擇目標市場
- 第11週：設定目的及目標
- 第12週：深入了解目標對象與競爭者
- 第13週：產品:設計市場定位
- 第14週：價格:管理行為改變的成本
- 第15週：通路:讓過程更便利
- 第16週：期末報告一
- 第17週：期末報告二
- 第18週：整合期末報告(第15,16,17週各擇一節補課)

成績及評量方式

- 上課參與&學習態度：20%
出席率：20%
期中考：30%
期末報告：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：打破同溫層的第一步，運用行銷思維實現社會改革（2版）Philip Kotler、Ned Roberto、Nancy Lee 五南文化978957763106020192(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/~fpsu/>

E-Mail：fpsu@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期二,第5~6節,地點:R-338;

星期四,第7~8節,地點:R-338;

分機:5222

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。