

朝陽科技大學
110學年度第2學期教學大綱

當期課號	3343	中文科名	行銷管理
授課教師	黃蜀雯	開課單位	資訊管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	四年制2年級 A班
修習別	專業必修		
類別	一般課程		

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. 學生需瞭解行銷管理及行銷環境的基本概念。
2. 學生需瞭解市場區隔與產品定位。
3. 學生需熟悉行銷4P組合及策略應用。
4. 學生能透過實際案例分析，學習行銷知識之應用。
5. 學生能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：師生認識；課程介紹；課堂規定與評分標準
- 第02週：行銷導論、策略管理
- 第03週：行銷環境、行銷資訊、行銷研究(市場進入點)
- 第04週：消費者市場與其購買行為、組織市場與其購買行為、顧客體驗
- 第05週：市場區隔與定位分析、顧客群滲透、加速市場拓展
- 第06週：新產品開發與產品生命週期、產品擴張
- 第07週：產品管理、顧客與產品多角化
- 第08週：校慶補假
- 第09週：期中考試週
- 第10週：服務行銷
- 第11週：訂價概念、制定價格
- 第12週：行銷通路與實體運配、零售與批發優化消瘦
- 第13週：推廣策略、利基行銷
- 第14週：行銷行動
- 第15週：網路行銷的法律與道德
- 第16週：數位行銷(網路行銷的技術與概念、電子商務概念)
- 第17週：社群大數據
- 第18週：期末考試週

成績及評量方式

- 上課出席率：20%
- 期中考：30%
- 期末考：30%
- 課堂參與、報告與討論：10%
- 學習態度：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.行銷管理林建煌華泰文化第八版(教科書)
- 2.網路行銷,樂斌、陳苡任,滄海書局,第二版(其他)

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/~dale33663366/>

E-Mail：dale33663366@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。