

朝陽科技大學
111學年度第2學期教學大綱

當期課號	3122	中文科名	整合行銷傳播
授課教師	林嵩麟	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	1年級 D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：

每週授課主題

- 第01週：第1章 整合行銷傳播基本概念
- 第02週：第1章 整合行銷傳播基本概念
- 第03週：第2章 我們所了解的整合行銷傳播
- 第04週：第2章 我們所了解的整合行銷傳播
- 第05週：第3章 價值型的整合行銷傳播
- 第06週：第3章 價值型的整合行銷傳播
- 第07週：第4章 根據行為來界定顧客與潛在顧客
- 第08週：第4章 根據行為來界定顧客與潛在顧客
- 第09週：第5章 如何判斷顧客與客群的財務價值
- 第10週：第5章 如何判斷顧客與客群的財務價值
- 第11週：第6章 市場、顧客 整合與對等的夥伴關係
- 第12週：第6章 市場、顧客 整合與對等的夥伴關係
- 第13週：第7章 規劃行銷傳播的實行方式
- 第14週：第7章 規劃行銷傳播的實行方式
- 第15週：第8章 規劃行銷傳播的內容
- 第16週：第8章 規劃行銷傳播的內容
- 第17週：第9章 衡量整合行銷傳播的基本原理
- 第18週：第9章 衡量整合行銷傳播的基本原理

成績及評量方式

- 期中考：30%
- 期末考：30%
- 報告：40%

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.IMC整合行銷傳播：創造行銷價值、評估投資報酬的5大關鍵步驟唐·舒爾茨、海蒂·舒爾茨美商麥格羅希爾國際股份有限公司2004(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/~mba/>
E-Mail：mba@cyut.edu.tw
Office Hour：
分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。