

南台科技大學 98 學年度第 2 期課程資訊

課程名稱	行銷管理(二)
課程編碼	70N01201
系所代碼	07
開課班級	夜四技企管二甲
開課教師	李惠妍
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	一 11 12 五 14 教室 S315
必選修	必修
課程概述	本課程著重在行銷管理基本範疇、發展趨勢、以及行銷各功能範疇(產品、價格、通路、與推廣)的決策與管理內容、行銷機會的分析與創新事業規劃、市場策略的發展、以及個案分析與討論。
課程目標	讓學生熟悉與了解行銷管理領域的基本概念與新經濟時代行銷發展的趨勢，增進學生對於行銷議題的興趣與分析解決行銷問題的見解，具備擬定與撰寫企業行銷規劃書的能力。
課程大綱	<p>一、行銷規劃與競爭策略</p> <p>市場導向的策略規劃</p> <p>市場區隔與目標市場的選擇</p> <p>差異化與定位策略</p> <p>產品生命週期的行銷策略</p> <p>市場競爭策略</p> <p>二、行銷環境分析</p> <p>行銷資訊系統</p> <p>市場需求的衡量</p> <p>總體行銷環境的分析</p> <p>產業競爭者分析</p> <p>消費者購買決策與行為分析</p> <p>企業(組織)購買決策分析</p>
英文大綱	<p>I. Marketing Planning and Competition Strategy</p> <p>Market-Oriented Strategic Planning</p> <p>Market Segments and Selecting Target Markets</p> <p>Differentiating and Positioning Strategy</p> <p>Marketing Strategy Through the Product Life Cycle</p> <p>Market Competition Strategy</p> <p>II. Analyzing Marketing Opportunities</p> <p>Marketing Information System</p> <p>Measuring Market Demand</p>

	Scanning the Marketing Environment Analyzing Competitor Behavior Analyzing Consumer Markets and Buying Behavior Analyzing Business Markets and Business Buying Behavior
教學方式	
評量方法	
指定用書	
參考書籍	
先修科目	
教學資源	
注意事項	
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	