

南臺科技大學 104 學年度第 1 學期課程資訊

課程名稱	行銷管理
課程編碼	70D01301
系所代碼	07
開課班級	二技企管三甲
開課教師	簡南山
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	二 6 7 8 教室 J103
必選修	必修
課程概述	行銷管理所探討者，即為企業如何透過市場區隔變數界定目標市場，並進行產品價值的思考與定位，繼而擬訂落實產品定位之 4P(產品、價格、訂價、促銷)策略。
課程目標	<p>1.學習行銷管理功能、企業功能及跨功能管理，以期能在生活及未來就業上應用</p> <p>2.讓學習者了解如何在行銷環境快速變動的情況下有效的規劃、執行和控制行銷策略和方案，強化市場競爭地位，達成組織的使命和行銷目標。</p>
課程大綱	<p>第一篇 瞭解行銷的角色</p> <p>第二篇 行銷資訊與行銷研究</p> <p>第三篇 掌握市場機會</p> <p>第四篇 塑造產品價值</p> <p>第五篇 促進產品流通</p> <p>第六篇 傳達產品價值</p> <p>第七篇 行銷執行與控制</p>
英文大綱	<p>1 Introduction to marketing</p> <p>2 marketing information system and marketing research</p> <p>3 identifying market opportunity</p>

	<p>4 creating the value of product</p> <p>5 product promotion</p> <p>6 delivering product value</p> <p>7 marketing control</p>
教學方式	
評量方法	
指定用書	行銷管理
參考書籍	<p>曾光華, 2014, 行銷管理概論~探索理論與體驗實務, 前程文化出版</p> <p>台灣行銷科學學會, 2015, TIMS 行銷專業能力認證~行銷企劃證照題型題庫, 前程文化出版</p> <p>戴國良, 2013, 企劃案撰寫~理論與案例, 鼎茂圖書出版</p>
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	