

南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	60D32M01
課程中文名稱	行銷管理
課程英文名稱	Marketing Management
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	四技國企二甲
任課教師	梁文科
上課教室(時間)	週二第 5 節(S515) 週二第 6 節(S515) 週二第 7 節(S515)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	本課程先藉由一些生活案例的介紹，然後將行銷知識融入其中，並系統性的整合行銷相關知識，強調思考邏輯過程的完整性。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 -----</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.能夠利用書面及口頭介紹行銷分析資料，--，3 自我行銷能力 2.能利用統計及多變量方法分析國際商務相關資料，--，4 資料分析能力 3.能夠組織特定主題之重點、製作簡報資料以及清晰的呈現與表達，--，6 商務簡報能力 4.能夠與他人清楚的溝通、協調及統合不同的意見，--，7 整合協調溝通 5.養成實務操作之經驗與能力，並擁有相關的專業證照之考照能力，--，9 實務技能 6.能夠製作商務專案、專題、活動或計畫，--，11 商務企劃能力 7.能夠養成對專業的新知或技術有主動學習的意願與動力，--，13 主動負責學習
中文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> 1.行銷理論 2.行銷環境分析 3.關鍵成功因素與競爭優勢 4.市場區隔與目標市場選擇 5.消費市場的顧客分析

	6.產品策略
英/日文課程大綱	
課程進度表	1.行銷的核心觀念 1-2 2.行銷環境分析的基本概念 3-5 3.關鍵成功因素與競爭優勢 6-8 4.定位與區隔 9-10 5.消費市場的顧客分析 11-15 6.產品管理 16-18
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 能夠利用書面及口頭介紹行銷分析資料，分組討論，實作 能利用統計及多變量方法分析國際商務相關資料，分組討論，實作 能夠組織特定主題之重點、製作簡報資料以及清晰的呈現與表達，分組討論，實作 能夠與他人清楚的溝通、協調及統合不同的意見，分組討論，實作 養成實務操作之經驗與能力，並擁有相關的專業證照之考照能力，課堂講授，筆試 能夠製作商務專案、專題、活動或計畫，課堂講授，筆試 能夠養成對專業的新知或技術有主動學習的意願與動力，課堂講授，筆試
指定用書	書名：行銷管理(理論解析與實務應用) 作者：曾光華 書局：前程 年份：2016 ISBN：ISBN：9789865774684 版本：7
參考書籍	Marketing Management，Philip Kotler 著
教學軟體	
課程規範	上課常點名