

南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	70N01001
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	夜二技企管三甲
任課教師	黃建中
上課教室(時間)	週四第 12 節(S313) 週四第 13 節(S313) 週四第 14 節(S313)
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	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。
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> <p>1.能了解行銷管理的意義與內涵，Be able to understand the significance of marketing management with meaning, 1 基礎商管知識</p> <p>2.能了解人力資源管理與行銷管理之相互關聯性，Be able to understand the interconnectedness of the Human Resource Management and Marketing Management, 2 人力資源知識</p> <p>3.能了解行銷活動中消費者與企業的關連性，並分析現有市場中消費者購買行為，Be able to understand the marketing activities related consumers and businesses in existing markets and analysis of consumer buying behavior, 12 表達與溝通</p> <p>4.能了解現行企業如何運用理論制定符合市場機制之行銷管理模式，Be able to understand how to use the theory to develop in line with the market mechanism existing enterprise marketing management mode, 6 創新與解決問題能力</p> <p>5.能了解市場價格機制對行銷管理之重要性，Be able to understand the importance of the market price mechanism for marketing management, 3 行銷與</p>

	<p>業務知識</p> <p>6.能了解現行企業如何擴展或創新既有市場，達到永續經營之目的，Be able to understand the existing enterprises how to extend or innovation both market to achieve the purpose of sustainable management，7 整合與企劃</p>
中文課程大綱	<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/日文課程大綱	<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>
課程進度表	<p>本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。</p> <p>1.瞭解行銷的意義與內涵</p> <p>2.透視行銷環境</p> <p>3.維護行銷道德</p> <p>4.執行行銷研究</p> <p>5.分析消費者行為</p> <p>6.分析組織購買行為</p> <p>7.發展市場區隔、目標市場與定位</p>

	8.管理產品與推出新產品 9.經營品牌 10.發展服務與體驗行銷 11.制訂價格 12.建設行銷通路、管理零售、批發與物流 13.發展整合行銷溝通、管理大眾溝通 14.管理客製化與互動式溝通、執行與控制行銷策略
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 能了解行銷管理的意義與內涵，課堂講授，日常表現 能了解人力資源管理與行銷管理之相互關聯性，課堂講授，日常表現 能了解行銷活動中消費者與企業的關連性，並分析現有市場中消費者購買行為，課堂講授，筆試 能了解現行企業如何運用理論制定符合市場機制之行銷管理模式，課堂講授，筆試 能了解市場價格機制對行銷管理之重要性，課堂講授，口頭報告 能了解現行企業如何擴展或創新既有市場，達到永續經營之目的，課堂講授，口頭報告
指定用書	書名： 作者： 書局： 年份： ISBN： 版本：
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	