

# 南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

|                |  |
|----------------|--|
| 課程代碼           | 70N16A01   |
| 課程中文名稱         | 行銷管理   |
| 課程英文名稱         | Marketing Management   |
| 學分數            | 2.0  |
| 必選修            | 必修   |
| 開課班級           | 夜企管產攜二甲  |
| 任課教師           | 簡南山  |
| 上課教室(時間)       |  |
| 課程時數           | 2  |
| 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>-----</p> <p>1.能了解行銷管理在企業經營的角色以及在不同產業中的重要性，To be able to understand the role of marketing management in the enterprise and the important in different industries, 1 基礎商管知識</p> <p>2.能了解行銷管理領域的基本架構與觀念，To be able to understand the marketing management areas and the basic structure and ideas, 3 行銷與業務知識</p> <p>3.能清楚描述企業實務案例內容，並能分享與討論不同條件與作法的利弊得失，To be able to describes the enterprise practice case content clearly, and can share and discuss the advantages success and failure under the different conditions and decisions, 12 表達與溝通</p> <p>4.能綜合評估企業案例的環境與內在條件，提出可行的行銷方案，To be able to overall assessment enterprise case environment and the intrinsic condition, propose the feasible marketing plan, 7 整合與企劃</p> <p>5.能體認全球行銷環境的變化與發展趨勢，To be able to realizes the change and the trend of development in the global marketing environment, 15 人文素養</p> |
| 中文課程大綱         | 第一篇 瞭解行銷的角色  |

|           | 第二篇 行銷資訊與行銷研究<br>第三篇 掌握市場機會<br>第四篇 塑造產品價值<br>第五篇 促進產品流通<br>第六篇 傳達產品價值<br>第七篇 行銷執行與控制   |                 |      |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
|-----------|--|-----------------|------|------|------|---|-----|-------------|-----|---|------|----------------|-----|---|------|---------------|-----|---|------|-----------------|-----|---|-----|---------------|-----|---|------|---------|--|---|------|------|-----|---|------|------|-----|---|------|----------------|-----|----|-------|---------|--|----|-------|-------------|------|----|-------|---------|--|
| 英/日文課程大綱  | 1 Introduction to marketing<br>2 marketing information system and marketing research<br>3 identifying market opportunity<br>4 creating the value of product<br>5 product promotion<br>6 delivering product value<br>7 marketing control  |                 |      |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 課程進度表     | <table border="1"> <thead> <tr> <th>週次</th> <th>時間</th> <th>課程內容</th> <th>教材章節</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>8/8</td> <td>課程簡介與行銷管理概論</td> <td>第0章</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>8/15</td> <td>行銷範疇、行銷基本觀念與趨勢</td> <td>第1章</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>8/22</td> <td>創造顧客價值與行銷策略規劃</td> <td>第2章</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>8/29</td> <td>顧客導向行銷策略(區隔與定位)</td> <td>第6章</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>9/5</td> <td>產品策略(產品與服務規劃)</td> <td>第7章</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>9/12</td> <td>期中報告與考試</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>9/19</td> <td>價格策略</td> <td>第8章</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>9/26</td> <td>價格策略</td> <td>第8章</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>10/3</td> <td>通路策略(通路的設計與管理)</td> <td>第9章</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>10/10</td> <td>國慶日 放假日</td> <td></td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>10/17</td> <td>推廣策略與整合行銷溝通</td> <td>第10章</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>10/24</td> <td>期末報告與考試</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | 週次              | 時間   | 課程內容 | 教材章節 | 1 | 8/8 | 課程簡介與行銷管理概論 | 第0章 | 2 | 8/15 | 行銷範疇、行銷基本觀念與趨勢 | 第1章 | 3 | 8/22 | 創造顧客價值與行銷策略規劃 | 第2章 | 4 | 8/29 | 顧客導向行銷策略(區隔與定位) | 第6章 | 5 | 9/5 | 產品策略(產品與服務規劃) | 第7章 | 6 | 9/12 | 期中報告與考試 |  | 7 | 9/19 | 價格策略 | 第8章 | 8 | 9/26 | 價格策略 | 第8章 | 9 | 10/3 | 通路策略(通路的設計與管理) | 第9章 | 10 | 10/10 | 國慶日 放假日 |  | 11 | 10/17 | 推廣策略與整合行銷溝通 | 第10章 | 12 | 10/24 | 期末報告與考試 |  |
| 週次        | 時間   | 課程內容            | 教材章節 |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 1         | 8/8  | 課程簡介與行銷管理概論     | 第0章  |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 2         | 8/15   | 行銷範疇、行銷基本觀念與趨勢  | 第1章  |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 3         | 8/22   | 創造顧客價值與行銷策略規劃   | 第2章  |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 4         | 8/29   | 顧客導向行銷策略(區隔與定位) | 第6章  |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 5         | 9/5  | 產品策略(產品與服務規劃)   | 第7章  |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 6         | 9/12   | 期中報告與考試         |      |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 7         | 9/19   | 價格策略            | 第8章  |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 8         | 9/26   | 價格策略            | 第8章  |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 9         | 10/3   | 通路策略(通路的設計與管理)  | 第9章  |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 10        | 10/10  | 國慶日 放假日         |      |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 11        | 10/17  | 推廣策略與整合行銷溝通     | 第10章 |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 12        | 10/24  | 期末報告與考試         |      |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 教學方式與評量方法 | ※課程學習目標，教學方式，評量方式<br>-----<br>能了解行銷管理在企業經營的角色以及在不同產業中的重要性，課堂講授，筆試<br>能了解行銷管理領域的基本架構與觀念，課堂講授，筆試<br>能清楚描述企業實務案例內容，並能分享與討論不同條件與作法的利弊得失，課堂講授分組討論，口頭報告課堂展演<br>能綜合評估企業案例的環境與內在條件，提出可行的行銷方案，課堂講授分組討論，口頭報告<br>能體認全球行銷環境的變化與發展趨勢，課堂講授，筆試  |                 |      |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |
| 指定用書      | 書名：行銷管理：創新、實戰、必勝   |                 |      |      |      |   |     |             |     |   |      |                |     |   |      |               |     |   |      |                 |     |   |     |               |     |   |      |         |  |   |      |      |     |   |      |      |     |   |      |                |     |    |       |         |  |    |       |             |      |    |       |         |  |

|      |   |
|------|---|
|      | 作者：祝鳳岡、劉明德、吳碧珠<br>書局：普林斯頓國際出版<br>年份：2015<br>ISBN：978-986-5917-51-7<br>版本： |
| 參考書籍 | 台灣行銷科學學會,2017, 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                            |
| 教學軟體 |   |
| 課程規範 |   |