

# 南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	70D01301
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	四技企管二乙
任課教師	張信雄
上課教室(時間)	週三第 2 節(E0502) 週三第 3 節(E0502) 週三第 4 節(E0502)
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>-----</p> <p>1.能了解行銷的基礎理論與其所扮演的角色，--，1 基礎商管知識</p> <p>2.能建立行銷分析及計畫的能力、了解行銷策略制定的方法及分析市場戰略的應用，--，3 行銷與業務知識</p> <p>3.能熟練獨立思考、邏輯分析及統整之能力，有效率地解決行銷問題，--，7 整合與企劃</p> <p>4.能養成管理者應有的表達、溝通、協調與談判能力，--，12 表達與溝通</p> <p>5.能形塑具職業倫理與社會責任之專業管理人才，--，14 企業倫理概念</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>第一週 課程簡介及行銷之定義及所扮演之角色</p> <p>第二週 行銷環境分析，尋找市場機會與訂定目標市場</p> <p>第三週 定位及行銷組合策略，並舉實例以印證</p> <p>第四週 基礎理論：(1) 產品生命週期 (2) 新產品的普及理論</p> <p>第五週 基礎理論：(1) 推和拉型的策略 (2) 競爭性行銷策略</p> <p>第六週 基礎理論：(1) 成長策略 (2) 實例說明</p> <p>第七週 產品策略 (一)：概念、開發過程、產品線決策</p> <p>第八週 產品策略 (二)：品牌、生命週期策略</p> <p>第九週 期中考</p> <p>第十週 價格策略 (一)</p> <p>第十一週 價格策略 (二)</p> <p>第十二週 通路策略 (一)</p> <p>第十三週 通路策略 (二)</p> <p>第十四週 促銷策略 (一)</p> <p>第十五週 促銷策略 (二) 及個案研討</p> <p>第十六週 國際行銷及個案研討</p> <p>第十七週 從實務來談行銷管理及個案研討</p> <p>第十八週 期末考</p>

<p>教學方式與評量方法</p>	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>能了解行銷的基礎理論與其所扮演的角色，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p> <p>能建立行銷分析及計畫的能力、了解行銷策略制定的方法及分析市場戰略的應用，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p> <p>能熟練獨立思考、邏輯分析及統整之能力，有效率地解決行銷問題，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p> <p>能養成管理者應有的表達、溝通、協調與談判能力，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p> <p>能形塑具職業倫理與社會責任之專業管理人才，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p>
<p>指定用書</p>	<p>書名：行銷管理</p> <p>作者：張信雄</p> <p>書局：復文書局</p> <p>年份：</p> <p>ISBN：978-957-536-563-9</p> <p>版本：</p>
<p>參考書籍</p>	
<p>教學軟體</p>	
<p>課程規範</p>	