

## 南臺科技大學 106 學年度第 2 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	夜企管產攜二乙
任課教師	簡南山
上課教室(時間)	週二第 2 節(S301B) 週二第 3 節(S301B) 週二第 4 節(S301B)
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>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</p>

	and the trend of development in the global marketing environment , 15 人文素養
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	
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>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，--，--</p> <p>能了解行銷管理領域的基本架構與觀念，--，--</p> <p>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，--，--</p> <p>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，--，--</p> <p>能體認全球行銷環境的變化與發展趨勢，--，--</p>
指定用書	
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	