

# 南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0D01001
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	四技行流一甲
任課教師	黃識銘
上課教室(時間)	週一第 6 節(T0208) 週一第 7 節(T0208) 週一第 8 節(T0208)
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	以課堂講授及個案解析的方式,訓練學員瞭解行銷管理的理論及其運用。
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.認識行銷學的本質與範疇，Understand the nature and scope of marketing.，2 行銷與銷售管理知識</p> <p>2.瞭解目標市場的確認與選擇，Learn how to identify and select target market.，</p> <p>4 創新與創業能力</p> <p>3.瞭解行銷組合的制定，Decide marketing mix.，6 企劃能力</p> <p>4.管理行銷活動，Managing the marketing effort.，5 整合與解決問題能力</p>
中文課程大綱	<p>一、行銷學的本質與範疇</p> <p>二、確認與選擇市場</p> <p>三、產品</p> <p>四、價格</p> <p>五、通路</p> <p>六、促銷</p> <p>七、管理行銷活動</p>
英/日文課程大綱	<p>1.The Nature and Scope of Marketing</p> <p>2. Identifying and Selecting Markets</p>

	<p>3.Product</p> <p>4.Price</p> <p>5.Place</p> <p>6.Promotion</p> <p>7.Managing the Marketing Effort</p>
課程進度表	<p>Week Date Topic</p> <p>1 2/26 Introduction</p> <p>2 3/5 strategic marketing plan</p> <p>3 3/12 marketing research</p> <p>4 3/19 purchase behavior</p> <p>5 3/26 market segmenation</p> <p>6 4/2 product strategy</p> <p>7 4/09 brand strategy</p> <p>8 4/16 marketing channel</p> <p>9 4/23 Midterm</p> <p>10 4/30 retailing</p> <p>11 5/7 price strategy</p> <p>12 5/14 IMC</p> <p>13 5/21 AD &amp; sales</p> <p>14 5/28 service marketing</p> <p>15 6/4 relationship marketing</p> <p>16 6/11 internet marketing</p> <p>17 6/18 final report 1</p> <p>18 6/25 Final test</p>
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>認識行銷學的本質與範疇，課堂講授，口頭報告筆試</p> <p>瞭解目標市場的確認與選擇，課堂講授，筆試</p> <p>瞭解行銷組合的制定，課堂講授分組討論，筆試</p> <p>管理行銷活動，課堂講授實作演練，實作</p>
指定用書	<p>書名：行銷管理</p> <p>作者：林建煌</p> <p>書局：華泰</p> <p>年份：2017</p> <p>ISBN：9789574341634</p> <p>版本：7</p>
參考書籍	各組挑一本行銷書報告
教學軟體	EICP 行銷資料庫
課程規範	實作要求比照業界標準，嚴格要求。

