

南臺科技大學 107 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	50D06901
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	四技電商二甲
任課教師	曾碧卿
上課教室(時間)	週二第 5 節(T0206) 週二第 6 節(T0206) 週二第 7 節(T0206)
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	行銷普遍存在於日常生活及世界的每一角落，而行銷管理是指針對創意、產品與服務所進行的概念化，並就訂價、推廣與配銷等規劃與執行之程序，藉此創造出能滿足個人與組織目標交換活動的一切管理事宜。
先修科目或預備能力	無
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.使學生了解行銷管理之基本方法與原理。 ,-- ,1 管理知識 2.將行銷管理理論應用於實務個案之分析。 ,-- ,2 管理實務 3.培養學生撰寫行銷企劃與學生專題之製作之能力。 ,-- ,3 計畫評估 4.養成學生關注人(消費者)的需求與互動，社會的變遷與脈動，隨時隨地保持積極進取之學習態度。 ,-- ,8 適應社會 5.訓練學生行銷企劃簡報之能力。 ,-- ,9 報告溝通 6.鼓勵學生加強人文素養之養成，以順應與融合國內外行銷之最新發展與應用方向。 ,-- ,12 人文素養</p>
中文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市場導向策略性管理 2. 行銷環境 3. 消費者市場與其購買行為 4. 市場區隔與產品定位 5. 產品策略 6. 價格策略

	<ul style="list-style-type: none"> 7. 通路策略 8. 推廣策略
英/日文課程大綱	<ul style="list-style-type: none"> 1. Strategic management of market-focus 2. Marketing in a Dynamic Environment 3. Buying Behavior 4. Market Segmentation and product positioning 5. Product and Service Concepts and Strategies 6. Pricing Concepts and Strategies 7. Marketing Channels and Logistics 8. Ntegrated Marketing Communication
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>使學生了解行銷管理之基本方法與原理。 ,-- ,--</p> <p>將行銷管理理論應用於實務個案之分析。 ,-- ,--</p> <p>培養學生撰寫行銷企劃與學生專題之製作之能力。 ,-- ,--</p> <p>養成學生關注人(消費者)的需求與互動，社會的變遷與脈動，隨時隨地保持積極進取之學習態度。 ,-- ,--</p> <p>訓練學生行銷企劃簡報之能力。 ,-- ,--</p> <p>鼓勵學生加強人文素養之養成，以順應與融合國內外行銷之最新發展與應用方向。 ,-- ,--</p>
指定用書	
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	