

南臺科技大學 107 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	50D06902
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	四技電商二乙
任課教師	李振宇
上課教室(時間)	週二第 2 節(E0407) 週二第 3 節(E0407) 週二第 4 節(E0407)
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</p> <p>2.將行銷管理理論應用於實務個案之分析。 ,-- ,2 管理實務</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>5.訓練學生行銷企劃簡報之能力。 ,-- ,9 報告溝通</p> <p>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

	<ol style="list-style-type: none"> 7. 通路策略 8. 推廣策略
英/日文課程大綱	<ol 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	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課程介紹 2. 公司與行銷策略 3. 分析行銷環境 4. 行銷資訊系統 5. 消費者市場與購買行為 6. 顧客導向行銷策略 7. 產品、服務與品牌 8. 訂價策略 9. 行銷通路 10. 零售與批發 11. 溝通顧客價值 12. 廣告與公共關係 13. 人員銷售與銷售促進 14. 直效、網路、社群媒體與行銷通訊行銷
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。 ， 課堂講授，筆試 將行銷管理理論應用於實務個案之分析。 ， 課堂講授分組討論，口試 培養學生撰寫行銷企劃與學生專題之製作之能力。 ， 課堂講授實作演練，口頭報告實作 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。 ， 啟發思考，口試 訓練學生行銷企劃簡報之能力。 ， 分組討論實作演練，口頭報告 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。 ， 課堂講授啟發思考，口試</p>
指定用書	書名：行銷學

	作者：P. Kotler and G. Armstrong 書局：普林斯頓 年份：2017 ISBN：978-986-94478-9-8 版本：
參考書籍	
教學軟體	Powerpoint
課程規範	本課程重視出席與團體參與。