

南臺科技大學 107 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	70N01001
課程中文名稱	行銷管理(與專四技企管二甲合開)
課程英文名稱	Marketing Management
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	夜四技企管二甲
任課教師	楊宇聖
上課教室(時間)	週三第 12 節(S314) 週三第 13 節(S314) 週三第 14 節(S314)
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>1.能了解行銷管理的意義與內涵，Be able to understand the significance of marketing management with meaning, 1 基礎商管知識</p> <p>2.能了解人力資源管理與行銷管理之相互關聯性，Be able to understand the interconnectedness of the Human Resource Management and Marketing Management, 2 人力資源知識</p> <p>3.能了解行銷活動中消費者與企業的關連性，並分析現有市場中消費者購買行為，Be able to understand the marketing activities related consumers and businesses in existing markets and analysis of consumer buying behavior, 12 表達與溝通</p> <p>4.能了解現行企業如何運用理論制定符合市場機制之行銷管理模式，Be able to understand how to use the theory to develop in line with the market mechanism existing enterprise marketing management mode, 6 創新與解決問題能力</p> <p>5.能了解市場價格機制對行銷管理之重要性，Be able to understand the importance of the market price mechanism for marketing management, 3 行銷與</p>

	<p>業務知識</p> <p>6.能了解現行企業如何擴展或創新既有市場，達到永續經營之目的，Be able to understand the existing enterprises how to extend or innovation both market to achieve the purpose of sustainable management，7 整合與企劃</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>9/12 準備周</p> <p>9/19 創造顧客價值與參與</p> <p>9/26 夥伴合作以創造顧客參與、價值與關係</p> <p>10/3 分析行銷環境</p> <p>10/10 國慶日</p> <p>10/17 管理行銷資訊系統以獲得顧客洞察力</p> <p>10/24 消費者市場與購買者行為</p> <p>10/31 顧客導向行銷策略：為目標顧客創造價值</p> <p>11/7 期中考</p> <p>11/14 產品、服務與品牌：建立顧客價值</p>

	<p>11/21 訂價策略：了解與掌握顧客價值</p> <p>11/28 行銷通路：傳遞顧客價值</p> <p>12/5 零售與批發</p> <p>12/12 溝通顧客價值：整合行銷溝通策略</p> <p>12/19 廣告與公共關係</p> <p>12/26 人員銷售與銷售促進</p> <p>1/2 直效、網路、社群媒體與行動通訊行銷</p> <p>1/9 期末考</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>能了解行銷管理的意義與內涵，課堂講授，日常表現筆試</p> <p>能了解人力資源管理與行銷管理之相互關聯性，課堂講授啟發思考，日常表現筆試</p> <p>能了解行銷活動中消費者與企業的關連性，並分析現有市場中消費者購買行為，課堂講授分組討論，日常表現筆試</p> <p>能了解現行企業如何運用理論制定符合市場機制之行銷管理模式，課堂講授分組討論啟發思考，日常表現筆試</p> <p>能了解市場價格機制對行銷管理之重要性，課堂講授分組討論啟發思考，日常表現筆試</p> <p>能了解現行企業如何擴展或創新既有市場，達到永續經營之目的，課堂講授分組討論啟發思考，日常表現筆試</p>
指定用書	<p>書名：行銷學</p> <p>作者：Philip Kotler; Gary Armstrong</p> <p>書局：普林斯頓國際</p> <p>年份：2017</p> <p>ISBN：9789869447898</p> <p>版本：2</p>
參考書籍	曾光華、饒怡雲，解析行銷管理：圖解與筆記，前程文化，2017
教學軟體	
課程規範	