

南臺科技大學 107 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	F0D39401
課程中文名稱	行銷學
課程英文名稱	Foundation of Marketing
學分數	2.0
必選修	必修
開課班級	二技資傳三甲 四技資傳二甲
任課教師	洪敏莉
上課教室(時間)	週二第 5 節(L404) 週二第 6 節(L404)
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	TBSA 初階商務企劃認證
輔導考照 2	
課程概述	本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。
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.學生透過課堂個案討論，提出企業個案行銷問題的解決方案，--，2 問題發現與解決</p> <p>2.學生能夠仔細觀察行銷事件、合理陳述問題，具有綜合、統整、判斷與推理的能力。 ，--，4 文獻閱讀與處理</p> <p>3.學生分組企劃與執行行銷專案，能夠在自身單項工作上具備分析及洞察工作團隊人性的能力，並得以具備管理工作場合的能力。 ，--，6 團隊合作</p> <p>4.學生透過教師的課程講授，熟悉行銷理論演進。 ，--，11 行銷與廣告企畫</p>
中文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷學的基本觀念 2. 行銷環境 3. 行銷資訊與行銷研究 4. 消費者市場與消費者行為 5. 組織市場與組織購買行為 6. 市場區隔、目標市場、定位 7. 產品基本概念與產品屬性 8. 新產品發展與產品生命週期

	<ul style="list-style-type: none"> 9. 服務之行銷管理 10. 價格訂定 11. 行銷通路管理 12. 零售、批發、物流 13. 推廣基本觀念 14. 廣告與促銷 15. 人員銷售、直效行銷、公關 16. 行銷執行與控制 17. 行銷道德
英/日文課程大綱	<ul style="list-style-type: none"> 1. Introduction of the Course and Marketing 2. The Marketing Environment 3. Marketing Information, Market Research, & STP 4. Consumer Behavior & Business Buyer Behavior 5. Product Strategies 6. Pricing Strategies 7. Midterm 8. Promotion Strategies 9. Placing Strategies 10. Online Marketing & Global Marketing 11. Social Media Marketing 12. Social Responsibility and Ethics 13. Final Presentation 14. Final Presentation 15. Final Exam
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>學生透過課堂個案討論，提出企業個案行銷問題的解決方案，--，--</p> <p>學生能夠仔細觀察行銷事件、合理陳述問題，具有綜合、統整、判斷與推理的能力。--，--</p> <p>學生分組企劃與執行行銷專案，能夠在自身單項工作上具備分析及洞察工作團隊人性的能力，並得以具備管理工作場合的能力。--，--</p> <p>學生透過教師的課程講授，熟悉行銷理論演進。--，--</p>
指定用書	
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	

