

南臺科技大學 107 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0N13Q01
課程中文名稱	行銷管理
課程英文名稱	Marketing Management
學分數	2.0
必選修	必修
開課班級	夜行流產攜一甲
任課教師	李昀真
上課教室(時間)	
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	
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，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>

	6.Promotion 7.Managing the Marketing Effort
課程進度表	1 課程簡介 2 行銷概論 第一章 3 外在環境分析 第二章 4 消費者行為 第三章 5 市場區隔、目標市場與定位 第五章 6 產品策略 第六章 7 新產品發展 第七章 8 服務行銷 第八章 9 期中考週 10 價格策略 第九章 11 通路策略 第十章 12 零售、批發與物流 第十一章 13 推廣策略 第十二章 14 推廣工具 第十三章 15 組織市場購買行為 第四章 16 分組報告 17 分組報告 18 分組報告 期末考
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 認識行銷學的本質與範疇，分組討論課堂講授，口頭報告 瞭解目標市場的確認與選擇，課堂講授，作業 瞭解行銷組合的制定，課堂講授，口頭報告書面報告 管理行銷活動，課堂講授，書面報告
指定用書	書名：行銷學原理 作者：曾光華、饒怡雲 書局：新北市：前程企管 年份：2016 ISBN：978-986-5774-69-1 版本：五版
參考書籍	★Kotler & Keller，徐世同、楊景傳譯，行銷管理十五版，新北市：台灣培生教育，2017 ★林建煌，行銷管理七版，台北市：華泰文化，2017 ★Kotler 等，謝文雀譯，行銷管理亞洲觀點六版，新北市：台灣培生教育，2015 ★蕭富峰，行銷管理四版，台北市：智勝文化，2015 ★Perreault, Cannon & McCarthy, 黃延聰編譯，行銷管理第十七版，台北市：

	McGraw-Hill, 2009
教學軟體	Powerpoint
課程規範	<ol style="list-style-type: none"> 1.上課時請不要在下面發言。如果需要發言，老師願意開放時間請你/妳上台發表。 2.上課時請將手機靜音或關機。 3.期中作業涉嫌抄襲者，無論抄襲者及被抄襲者，一概以不及格論，絕不寬貸！此外，請在規定時間內繳交期中及期末作業，逾時不候！並請將報告印列繳交，請勿直接以 E-mail 繳交！ 4.口頭報告當天未到者，口頭成績以零分計。但因有原因無法到達，請提出證明，以方便老師評分。 5.其他，得隨時補充之