

南臺科技大學 107 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	K0D38U02
課程中文名稱	行銷學
課程英文名稱	Marketing
學分數	2.0
必選修	必修
開課班級	四技多樂二乙
任課教師	廖世傑
上課教室(時間)	週三第 3 節(T0707) 週三第 4 節(T0707)
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	消費者在目前市面上多元的行銷媒體刺激下越來越難取悅，透過不同的行銷管道學習操作不同的消費族群，是現在行銷人必備的能力之一，新產品透過不同的品牌形式與網站露出，如何讓消費者願意關注、使用進而購買商品，是行銷人需要不停學習的，尤其是透過行銷手法切中消費者的需求、認同感，因此了解消費者並設計出能打動消費者的故事與消費情境，透過媒體公關的管道，使用網路社群等工具來打動消費者進而行銷商品，為本課程重點。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.媒體設計能力，--，1 專業知識 2.增強行銷企劃能力，--，2 實務技能 3.引導創意思考，--，3 資訊能力 4.增進專案溝通能力，--，7 表達溝通
中文課程大綱	1.了解目前主要的行銷媒體 2.各種媒體的經營型態 3.各媒體成功經營的案例說明與介紹 4.實際操作案例經營 5.完成品牌行銷專案
英/日文課程大綱	Understand the current major marketing media Business model of various media Case description and introduction of successful media operations Actual operation case management Complete brand marketing project

課程進度表	<p>1 Course Introduction</p> <p>2 An overview of International Business (Ch1)</p> <p>3 Company and Marketing Strategy:Partnering to Build Customer Relationships(Ch2)</p> <p>4 Company and Marketing Strategy:Partnering to Build Customer Relationships(Ch2)</p> <p>5 Understanding the marketplace and customers (Ch3)</p> <p>6 Understanding the marketplace and customers (Ch4)</p> <p>7 Understanding the marketplace and customers (Ch5)</p> <p>8 Midterm exam</p> <p>9 Designing a customer-driven strategy and mix (Ch8.10)</p> <p>10 Designing a customer-driven strategy and mix (Ch8.10)</p> <p>11 Designing a customer-driven strategy and mix (Ch12)</p> <p>12 Direct and online marketing (Ch14)</p> <p>13 The Global Marketplace (Ch15)</p> <p>14 Sustainable Marketing (Ch16)</p> <p>15 Sustainable Marketing (Ch16)</p> <p>16 Term Project</p> <p>17 Final exam</p> <p>18 Overall Review and class discussion</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>

	媒體設計能力，課堂講授分組討論，作業 增強行銷企劃能力，分組討論課堂講授，書面報告 引導創意思考，分組討論課堂講授，作業 增進專案溝通能力，分組討論，書面報告
指定用書	書名： 作者： 書局： 年份： ISBN： 版本：
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	