

南臺科技大學 108 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	70D01302
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	四技企管二甲
任課教師	張信雄
上課教室(時間)	週三第 2 節(E0501) 週三第 3 節(E0501) 週三第 4 節(E0501)
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>-----</p> <p>1.能了解行銷的基礎理論與其所扮演的角色，--，1 基礎商管知識</p> <p>2.能建立行銷分析及計畫的能力、了解行銷策略制定的方法及分析市場戰略的應用，--，3 行銷與業務知識</p> <p>3.能熟練獨立思考、邏輯分析及統整之能力，有效率地解決行銷問題，--，7 整合與企劃</p> <p>4.能養成管理者應有的表達、溝通、協調與談判能力，--，12 表達與溝通</p> <p>5.能形塑具職業倫理與社會責任之專業管理人才，--，14 企業倫理概念</p>
中文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解行銷的角色 2. 行銷資訊與行銷研究 3. 掌握市場機會 4. 塑造產品價值 5. 促進產品流通 6. 傳達產品價值 7. 行銷執行與控制

英/日文課程大綱	1. Introduction to marketing 2. Marketing information system and marketing research 3. Identifying market opportunity 4. Creating the value of product 5. Product promotion 6. Delivering product value 7. Marketing control
課程進度表	第一週 課程簡介及行銷之定義及所扮演之角色 第二週 行銷環境分析，尋找市場機會與訂定目標市場 第三週 定位及行銷組合策略，並舉實例以印證 第四週 基礎理論：(1) 產品生命週期 (2) 新產品的普及理論 第五週 基礎理論：(1) 推和拉型的策略 (2) 競爭性行銷策略 第六週 基礎理論：(1) 成長策略 (2) 實例說明 第七週 產品策略 (一)：概念、開發過程、產品線決策 第八週 產品策略 (二)：品牌、生命週期策略 第九週 期中考 第十週 價格策略 (一) 第十一週 價格策略 (二) 第十二週 通路策略 (一) 第十三週 通路策略 (二) 第十四週 促銷策略 (一) 第十五週 促銷策略 (二) 及個案研討 第十六週 國際行銷及個案研討 第十七週 從實務來談行銷管理及個案研討 第十八週 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 ----- 能了解行銷的基礎理論與其所扮演的角色，課堂講授啟發思考，書面報告 書面報告筆試筆試筆試 能建立行銷分析及計畫的能力、了解行銷策略制定的方法及分析市場戰略的應用，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試 能熟練獨立思考、邏輯分析及統整之能力，有效率地解決行銷問題，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試 能養成管理者應有的表達、溝通、協調與談判能力，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試 能形塑具職業倫理與社會責任之專業管理人才，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試
指定用書	書名：行銷管理 作者：張信雄

	書局：復文書局 年份： ISBN：978-957-536-563-9 版本：
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	