

# 100-1 大葉大學 完整版課綱

## 基本資訊

課程名稱	行銷管理	科目序號 / 代號	1741 / BSM2006
開課系所	運動事業管理學系	學制 / 班級	大學日間部2年2班
任課教師	熊婉君	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(四)234 / P501	授課語言別	中文

## 課程簡介

- 1.讓初學者了解行銷理論與架構，有一種基礎認識。
- 2.探討台灣企業各種行銷成功案例。
- 3.了解行銷實務運作能與系所學程銜接。
- 4.與將來的運動行銷、國際行銷與服務業管理及運動媒體與傳播等課程做銜接。




## 課程大綱

- 1.行銷導論與課程簡介
- 2.顧客滿意與顧客關係管理
- 3.行銷策略規劃
- 4.行銷企劃書撰寫
- 5.消費者行為
- 6.組織市場和購買行為
- 7.目標市場、區隔與定位
- 8.目標市場、區隔與定位
- 10.4P-1產品Product
- 11.4P-2定價Price
- 12.4P-3通路Place
- 13.4P-4促銷活動Promotion
- 14.產品組合行銷之應用與案例

## 基本能力或先修課程

無

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  一般管理能力
-  運動專案企劃能力
  - 運動健康實踐與指導能力
-  人際/生活倫理素養

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
一般管理能力	50%	能理解五管的專業知識 能用所學的專業知識解 答相關問題 能熟悉運用管理分析工 具 能取得管理領域證照	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 20% 課程參與度: 10%	加總: 100	50
運動專案企劃能 力	20%	能具備規劃、撰寫及執 行運動企劃書之能力 能取得運動管理或行銷 企劃相關證照	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	小考: 10% 期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 30% 課程參與度: 10%	加總: 100	20
人際/生活倫理 素養	10%	能理性處理同儕間衝突 並減少衝突的發生 能尊重並接受他人的批 判並能態度適當地進行 說明	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	小考: 10% 課程參與度: 90%	加總: 100	10
問題解決能力	10%	能運用管理分析工具發 掘運動產業相關管理問 題 能整合與歸納相關專業 知識提出可能解決方案	小組討論 個案討論 學生上台報 告	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 20% 課程參與度: 10%	加總: 100	10
溝通表達能力	10%	能理解他人的問題並適 當的回應 能理解他人的意見並忠 實的傳達與闡述 有適當的讀、寫能力並 能結合文書處理工具以 書面方式進行意見闡述 具備電腦簡報技巧並能 以口頭方式進行報告 能和他人或團體進行有 意義的意見交換並可相 互配合協調達成任務	小組討論 個案討論 學生上台報 告	小考: 10% 期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 20% 課程參與度: 30%	加總: 100	10

## 成績稽核

期中考: 25%

期末考: 25%

作業: 20%

課程參與度: 20%

小考: 10%

## 教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
行銷管理概論 - 探索原理與體驗實務	曾光華		前程文化	2010

## 參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
行銷管理	林建煌		華泰文化	2011
行銷管理學 - 理論與實務的粹	Philip Kotler, Kevin Keller	駱少康	東華書局	2010
行銷學原理 - 全球觀點	Philip Kotler, Gary Armstrong, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan, Oliver Yau Hon-Ming	楊璨瑜. 范惟翔	東華書局	2011
行銷管理 - 策略性的觀點	黃俊英		華泰文化	2011

## 上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	行銷管理導論	80	0	0	0	20
2	行銷管理的意義與內涵	80	0	0	0	20
3	行銷環境	80	0	0	0	20
4	行銷倫理道德	80	0	0	0	20
5	分析消費者行為	80	0	0	0	20
6	組織購買行為	80	0	0	0	20
7	發展STP(區隔、目標市場、定位)	80	0	0	0	20
8	管理產品與品牌經營	80	0	0	0	20
9	期中考試(筆試)	0	0	0	0	100
10	個案觀賞與討論	40	0	50	0	10
11	發展服務與體驗行銷	80	0	0	0	20

12	制定價格	80	0	0	0	20
13	行銷通路	80	0	0	0	20
14	整合行銷溝通	80	0	0	0	20
15	客製化與互動式溝通	80	0	0	0	20
16	執行與控制行銷策略	80	0	0	0	20
17	個案觀賞與討論	40	0	50	0	10
18	期末考試	0	0	0	0	100

---