

100-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

| | | | |
|-----------|---------------|------------|----------------|
| 課程名稱 | 行銷管理理論研討 | 科目序號 / 代號 | 1801 / MDR5122 |
| 開課系所 | 管理學院博士班 | 學制 / 班級 | 研究所博士班1年1班 |
| 任課教師 | 鍾育明 | 專兼任別 | 兼任 |
| 必選修 / 學分數 | 選修 / 3 | 畢業班 / 非畢業班 | 非畢業班 |
| 上課時段 / 地點 | (一)567 / B405 | 授課語言別 | 中文 |

課程簡介

行銷理論著重在行銷概念的起源與發展，涵蓋範疇廣泛，本課程將以早期的行銷理論主題，做為課程研討的方向，並以主要的行銷理論讀本和期刊作為研討的教材。期望本課程中能夠針對行銷理論的發展，有著綜合性的認識。




課程大綱

- 1.行銷學原理議題研討
- 2.行銷理論議題研討
- 3.行銷管理主題議題研討
- 4.綜合報告

基本能力或先修課程

行銷學原理
行銷管理

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  培養學生具備獨立研究專業教學與管理整合能力
-  推動學生具備跨領域研究與產業應用能力
-  強化學生具備參與國際性會議之能力

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 】 |
|--------|--------------|------------------|------|---------------|---------------------|---------------------------|
|--------|--------------|------------------|------|---------------|---------------------|---------------------------|

| | | | | | | |
|-----------------------|-----|---|---------------------------------------|-------------------------------------|---------|----|
| 培養學生具備獨立研究專業教學與管理整合能力 | 45% | 具備擔任大專院校商管領域教師或組織機構專業高階人員之資格 | 講述法 小組討論 個案討論 小組合作 學生上台報告 | 期末考: 40% 課程參與度: 20% 口頭報告: 40% | 加總: 100 | 45 |
| 推動學生具備跨領域研究與產業應用能力 | 45% | 招收不同領域的研究生 開設跨領域課程 鼓勵跨領域研究論文 鼓勵產業實證分析之研究 | 講述法 小組討論 個案討論 小組合作 學生上台報告 | 期末考: 40% 課程參與度: 20% 口頭報告: 40% | 加總: 100 | 45 |
| 強化學生具備參與國際性會議之能力 | 10% | 具備撰寫國際學術論文之專業能力 具備參與國際性產業會議發表與論述能力 | 講述法 小組討論 個案討論 小組合作 學生上台報告 | 期末考: 40% 課程參與度: 20% 口頭報告: 40% | 加總: 100 | 10 |

成績稽核

期末考: 40%
口頭報告: 40%
課程參與度: 20%

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 |
|--------|----|----|-----|-----|
| 無參考教科書 | | | | |

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 |
|--|-----------------------------|----|-------------------|------|
| Marketing Management: An Asian Perspective | Kotler、Keller、Ang、Leong、Tan | | Prentice Hall | 2009 |
| Marketing Management | Kotler | | Pearson Education | 2011 |

| 上課進度 | | 分配時數(%) | | | | |
|------|--|---------|----|----|----|-----|
| 週次 | 教學內容 | 講授 | 示範 | 習作 | 實驗 | 其他 |
| 1 | Introduction | 100 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | Understanding Marketing Management | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 3 | Gathering Information and Scanning the Environment | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 4 | Conducting Marketing Research and Forecasting on Demand | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 5 | Connecting with Customers-Creating Long-term Loyalty Relationships | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 6 | Analyzing Consumer Markets | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 7 | Identifying Market Segments and Targets | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 8 | Building Strong Brands-1 | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 9 | Building Strong Brands-2 | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 10 | Setting Product Strategy | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 11 | Designing and Managing Services | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 12 | Developing Pricing Strategies and Programs | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 13 | Delivering Value | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 14 | Communicating Value | 80 | 0 | 0 | 0 | 20 |
| 15 | Discussion | 20 | 0 | 0 | 0 | 80 |
| 16 | Discussion | 20 | 0 | 0 | 0 | 80 |
| 17 | Discussion | 20 | 0 | 0 | 0 | 80 |
| 18 | Final Exam. | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 |