

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	2989 / BAB2003
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班2年1班
任課教師	翁春淑	專兼任別	兼任
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	(五)ABC / B302	授課語言別	中文

課程簡介

行銷學的核心在創造顧客價值
藉由課堂講授行銷基本知識
希望學生在修習本課程後
對基本之行銷管理的概念有所了解

課程大綱

講授教科書為主
個案實例討論為輔

基本能力或先修課程

管理學

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  管理專業能力
-  道德關懷
-  創造力
-  團隊合作能力
-  溝通能力

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 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

管理專業能力	80%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及實務能力	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 課程參與度: 30% 口頭報告: 40%	加總: 100	80
道德關懷	5%	具備人文素養、同理心及對環境的關心	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 課程參與度: 30% 口頭報告: 40%	加總: 100	5
創造力	5%	產生新穎想法並付諸實行的能力	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 課程參與度: 30% 口頭報告: 40%	加總: 100	5
團隊合作能力	5%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 課程參與度: 30% 口頭報告: 40%	加總: 100	5
溝通能力	5%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	講述法 學生上台報告	期中考: 30% 課程參與度: 30% 口頭報告: 40%	加總: 100	5

成績稽核

口頭報告: 40%
期中考: 30%
課程參與度: 30%

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
行銷學	Armstrong Kotler	張逸民	華泰文化	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
無參考教材及專業期刊導讀				

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	行銷:創造與獲取顧客價值	75				25
2	行銷:創造與獲取顧客價值	75				25
3	公司與行銷策略:合夥建立顧客關係	75				25
4	公司與行銷策略:合夥建立顧客關係	75				25
5	分析行銷環境	75				25
6	管理行銷資訊以深入了解顧客	75				25
7	了解消費者與企業購買行為	75				25
8	顧客驅動的行銷策略:為目標顧客創造價值	75				25
9	期中考	0				100

10	產品、服務與品牌:建立顧客價值	75	25
11	新產品發展與產品生命週期策略	75	25
12	新產品發展與產品生命週期策略	75	25
13	定價:了解與獲取顧客價值	75	25
14	定價:了解與獲取顧客價值	75	25
15	行銷通路:遞送顧客價值	75	25
16	零售業與批發業	75	25
17	溝通顧客價值:廣告和公共關係	75	25
18	期末考	0	100
