

# 100-2 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	0944 / BAM2026
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部1年1班
任課教師	龐峻菱	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	(二)789 / B404	授課語言別	中文

## 課程簡介

本課程將加強行銷觀念之探究和策略運用為主要目標，以因應變化迅速的行銷環境，培養學生行銷企劃能力，符合現代行銷人的基本要求。

課程將透過講授方式與學生互動的情境教學為主，經由學理的深入淺出更輔以個案實例探討分析，來培養學生的專業能力(P)與對問題解決的能力(S)，並藉由課程規劃的行銷期末報告來養成同學的團隊合作、溝通協調力(C)，更重要的是從小組報告中學習如何表達呈現報告能力與對學術倫理、道德關懷正視的重要性(E)。

希望同學將理論與實務的配合產生行銷策略之創意，或以模仿創新為主要引導方向，並且探討國內、外成功與失敗行銷個案，以啟發同學思考，分析之能力。

除了課本外，將會有另外補充講義輔助教學，請同學課前預習，課後複習，讓行銷生活化，生活行銷化。

簡言之，本課程結合有三大面向：

### A. 管院之教育目標

1. 提共多元管理知識平台，深根管理知識探究之素養。

2. 強化學生國際觀與管理知識之競爭力。

### B. 符合管院學士班之核心能力四大構面

1. S(Problem solving)-解決問題能力(洞悉力、決策力、執行力)

2. C(Communication)-溝通能力(傾聽能力、表達能力)

3. E(Ethic)-倫理觀(社會倫理、企業倫理、學術倫理)

4. P(Professional)-專業能力(管理能力-強調商管知識與技能、學術能力-強調商管學術專業)

### C. 並且希望達成

1 多元化教學

2 國際觀之培養

## 課程大綱

本課程主要在強調「整合創新能力」、「診斷行銷改善能力」、「行銷策略規劃能力」三項專業能力，並依據院、系核心能力(S&not;-團隊合作與創造力、C-溝通能力、E-道德關懷、P-專業能力)，計劃於每一週培養之核心能力分述如下：

1課程簡介、2行銷基本概論(SCEP)、3 環境、企業倫理與道德 (S.C.E.P)、4策略規劃與行銷策略(SCP)、5行銷研究(SP)、6 消費者行為(S.P)、7 Video Watch & Case Study (S.C.P)、8 市場區隔、目標市場與定位 (S.C.E.P)、9 期中考(SCEP)、10產品策略與品牌經(SCEP)營、11 Video Watch & Case Study (S.C.P)、12 服務行銷與體驗行銷(S.C.P)、13 定價策略(SCEP)、14 促銷策略(SCEP)、15通路策略 (S.C.E.P)、16總複習與個案討論(SCEP)、17期末報告(SCEP)、18 期末報告

## 基本能力或先修課程

企業管理(管理學)

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

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

## 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 】
溝通能力	15%	有效傳達與接收資訊、 知識的能力	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	分組報告: 20% 期中考: 20% 課程參與度: 40% 書面報告: 20%	加總: 100	15
團隊合作能力	15%	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 小組討論 個案討論 學生上台報 告	分組報告: 20% 期中考: 20% 課程參與度: 40% 書面報告: 20%	加總: 100	15
創造力	5%	產生新穎想法並付諸實 行的能力	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	分組報告: 20% 期中考: 20% 課程參與度: 40% 書面報告: 20%	加總: 100	5
道德關懷	5%	具備人文素養、同理心 及對環境的關心	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	分組報告: 20% 期中考: 20% 課程參與度: 40% 書面報告: 20%	加總: 100	5
管理專業能力	60%	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 小組討論 個案討論 學生上台報 告	分組報告: 20% 期中考: 20% 課程參與度: 40% 書面報告: 20%	加總: 100	60

## 成績稽核

課程參與度: 40%

期中考: 20%

分組報告: 20%

書面報告: 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
行銷管理概論	曾光華		前程書局	0

## 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	課程簡介 (C.E)	100				
2	行銷基本概論 (S.C.E.P)	100				
3	環境、企業倫理與道德 (S.C.E.P)	100				
4	策略規劃與行銷策略 (S.C..P)	100				
5	行銷研究 (S.P)	100				
6	消費者行為(S.P)	100				
7	Video Watch & Case Study (S.C.P)	60	40			
8	市場區隔、目標市場與定位 (S.C.E.P)	100				
9	期中考 (Mid-term)					100
10	產品策略與品牌經營 (S.C.E.P)	100				
11	Video Watch & Case Study (S.C.P)	60	40			
12	服務行銷與體驗行銷(S.C.P)	100				
13	定價策略 (S.C.E.P)	100				
14	促銷策略 (S.C.E.P)	100				
15	總複習與個案討論 (S.C.E.P)	100				
16	期末報告 (S.C.E.P)		60	40		
17	期末報告 (S.C.E.P)		60	40		
18	期末考	100				