

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	1420 / BAB2003
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班1年1班
任課教師	鄭焜中	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	(一)CD / B303 (二)A / B303	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 小組討論 個案討論	期中考: 20% 期末考: 40% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10%	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 個案討論	期末考: 10% 課堂討論: 60% 課程參與度: 20% 口頭報告: 10%	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	課堂討論: 100%	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	個案討論	課堂討論: 60% 課程參與度: 20% 口頭報告: 10% 上課筆記: 10%	加總: 100	5
溝通能力	5%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	個案討論	課堂討論: 60% 課程參與度: 20% 口試: 10% 口頭報告: 10%	加總: 100	5

成績稽核

期末考: 32.5%
 課堂討論: 30%
 期中考: 16%
 課程參與度: 11%
 口頭報告: 9.5%
 口試: 0.5%
 上課筆記: 0.5%

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
Marketing Management	Philip Kotler and Kevin Lane Keller	無	Pearson Education, Inc 東華書局代理	2011

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	Course Introduction	100	0	0	0	0
2	Marketing Strategies and Plans	100	0	0	0	0
3	Scanning the EnvironmentI	100	0	0	0	0
4	Scanning the EnvironmentII	100	0	0	0	0
5	Segmentation	100	0	0	0	0
6	Targeting	100	0	0	0	0
7	Positioning	100	0	0	0	0
8	Business Ethics	100	0	0	0	0
9	Mid-Term Exam	100	0	0	0	0
10	4Ps-Product I	100	0	0	0	0
11	4Ps-Product II	100	0	0	0	0
12	4Ps-Price	100	0	0	0	0
13	4Ps-Promotion(communication)	100	0	0	0	0
14	4Ps-Place	100	0	0	0	0
15	企業參訪	100	0	0	0	0
16	Harvard Case	100	0	0	0	0
17	Harvard Case	100	0	0	0	0
18	Final Exam	100	0	0	0	0