

# 101-1 大葉大學 完整版課綱

## 基本資訊

課程名稱	行銷流通管理專題	科目序號 / 代號	1068 / BAM3075
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部3年1班
任課教師	王學銘	專兼任別	專任
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	(三)234 / B302	授課語言別	中文

## 課程簡介

### A. 企管系教育目標

1. 培育具管理專業能力、擅長溝通、團隊合作、具道德關懷勇氣及創造力之中堅管理人才，而為企業所樂於雇用。
2. 落實管理理論與經營實務並重之學習。

### B. 管理學院/企管系核心能力：[占課程之比重]

#### C. 本課程特色：

輔導學生考取英國倫敦商會行銷二級證照(LCCI Marketing level 2)，並培養SCEP能力，分述如下：

The Marketing job is to:

discover - what people need; what they will value.

c r e a t e e - a solution to the identified needs; a product that people will value.

arouse - a desire in people to buy the product.

satisfy - the needs that were first discovered; to provide the value that people want.

You will learn how this is done as you progress via the course.

This course includes: Professional Capability 40%, Exploratory Ability 20%, and Communication, Concernment & Courage, Cooperation, Creativity 10% respectively.

The course is specially designed for students to pass Marketing Certification (level 2) held by LCCIEB.

## 課程大綱

Marketing Management (SEP development)

Marketing Planning (SCEP development)

Customer and Consumer Behavior (SCEP development)

Marketing Research (SCEP development)

Marketing Mix and Communication (SCEP development)

Promotions (SCEP development)

General Issues (SEP development)

## 基本能力或先修課程

行銷管理  
銷售管理  
公共關係  
廣告學  
消費者行為

## 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 】
創造力	20%	產生新穎想法並付諸實 行的能力	個案討論 專題演講	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 30% 課程參與度: 10% 專業證照考取: 10%	加總: 100	20
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 校外參訪 個案討論 影片欣賞	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 30% 課程參與度: 10% 專業證照考取: 10%	加總: 100	80

## 成績稽核

作業: 30%  
期中考: 25%  
期末考: 25%  
課程參與度: 10%  
專業證照考取: 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
LCCI Marketing Level 1 & 2	LCCI		LCCI	2007

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	Introduction and course core	70		30		
2	Ch1 Marketing Management	70		30		
3	Ch2 Marketing Planning	70		30		
4	Ch3 Customer and consumer behaviour	70		30		
5	Ch4 Marketing research	70		30		
6	Ch4 Marketing research	70		30		
7	Ch5 The marketing mix and communications	70		30		
8	Ch6 Product	70		30		
9	期中考					100
10	Ch7 Price	70		30		
11	Ch8 Place	70		30		
12	Ch9 Promotions mix	70		30		
13	Ch10 Promotional tools	70		30		
14	Ch11 Physical evidence, people, and process	70		30		
15	Ch12 General issues	70		30		
16	Ch13 How to pass the examination	70		30		
17	複習	70		30		
18	期末考					100