

101-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	化妝品行銷管理學	科目序號 / 代號	0496 / MHI1017
開課系所	藥用植物與保健學系	學制 / 班級	大學日間部1年1班
任課教師	張淑微	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 2	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(四)34 / H344	授課語言別	中文

課程簡介

本課程之授課目標欲使學員對行銷管理有全面系統化之瞭解，並認知台灣之行銷環境，學習市場分析與顧客行為分析之分析方法，瞭解行銷組合與競爭策略之運用，以及相關之管理程序之探討，並將特別針對藥用植物與化妝品市場的行銷運作加以探討，使同學在修習後能夠瞭解企業是如何在行銷環境快速變動的情況下有效地規劃、執行和控制行銷策略和方案，強化市場競爭地位，達成企業的使命和行銷目標。

課程大綱

第一篇 鳥瞰行銷管理

- ．瞭解行銷管理的本質
- ．重視價值創造與顧客關係
- ．制訂策略規劃與行銷策略

第二篇 洞察行銷資訊與環境趨勢

- ．執行行銷研究
- ．透視行銷環境
- ．維護行銷道德

第三篇 掌握市場機會

- ．分析消費者行為
- ．分析組織購買行為
- ．分析競爭者與發展競爭策略
- ．發展市場區隔、目標市場與定位

第四篇 提升產品價值

- ．管理產品與推出新產品
- ．經營品牌
- ．發展服務與體驗行銷
- ．制訂價格

第五篇 活絡產品流通

- ．建設行銷通路
- ．管理零售、批發與物流

第六篇 展現產品價值

- ．發展整合行銷溝通
- ．管理大眾溝通
- ．管理客製化與互動式溝通

基本能力或先修課程

學生應對藥用植物市場概況有基礎的認知。

課程與系所基本素養及核心能力之關連

- 具備基本生物科技知識能力
- 對於中草藥理論具有基礎的認知
- 保健產品之行銷與健康保健衛教之能力
- 以生物技術研發保健產品與品管之能力
- 藥妝美容產品開發與品管能力
- 藥妝美容產品市場行銷之能力
- 具備尊重倫理，人際溝通及團隊合作能力

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 】
具備基本生物科技知識能力	10%	具備現代化生物科技之基礎知識	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題演講	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 上課筆記: 10%	加總: 100	10
對於中草藥理論具有基礎的認知	15%	對於傳統的中醫基礎理論的了解 對於常見藥用植物具辨識與應用能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題演講	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 上課筆記: 10%	加總: 100	15
保健產品之行銷與健康保健衛教之能力	10%	具備常用藥用植物對人體保健功效基礎知識 具備充分表達保健知識與健康衛生保健之能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題演講	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 上課筆記: 10%	加總: 100	10

以生物技術研發 保健產品與品管 之能力	10%	具備藥用植物功效成分 基礎知識 具備藥用植物鑑別與成 分分析技術之技能 具備判讀保健產品市場 趨勢的能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題演講	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 上課筆記: 10%	加總: 100	10
藥妝美容產品開 發與品管能力	20%	熟悉藥妝美容功效成分 之基礎法規與知識 熟悉藥妝美容產品之調 配技術與工具操作方法 熟悉藥妝美容產品之安 全性評估原理與方法	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題演講	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 上課筆記: 10%	加總: 100	20
藥妝美容產品市 場行銷之能力	20%	熟悉行銷管理之實務與 應用 熟悉美容產品市場調查 方法與資料分析技巧 具備美容產品市場行銷 策略之規劃能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題演講	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 上課筆記: 10%	加總: 100	20
具備尊重倫理， 人際溝通及團隊 合作能力	15%	服膺生物倫理並尊重他 人研究成果 具備表達、評估、協商 及合作能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題演講	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 上課筆記: 10%	加總: 100	15

成績稽核

期中考: 30%
 期末考: 30%
 作業: 10%
 上課筆記: 10%
 課堂討論: 10%
 課程參與度: 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
行銷管理實務與應用	劉亦欣編著		新文京開發出版股份 有限公司	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	導論	100	0	0	0	0
2	228放假一天	0	0	0	0	0
3	行銷新趨勢	60	10	0	0	30
4	行銷環境	60	10	0	0	30
5	行銷與策略規劃I	60	10	0	0	30
6	行銷與策略規劃II	60	10	0	0	30
7	4/4兒童節放假一天	0	0	0	0	0
8	期中考	0	0	0	0	100
9	消費者行為	60	10	0	0	30
10	市場區隔	60	10	0	0	30
11	產品策略I	60	10	0	0	30
12	產品策略II	60	10	0	0	30
13	品牌策略	60	10	0	0	30
14	影片欣賞	0	10	0	0	90
15	個案討論I	60	10	0	0	30
16	個案討論II	60	10	0	0	30
17	個案討論III	60	10	0	0	30
18	期末考週	0	10	0	0	90