

101-2 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	1995 / RMM2050
開課系所	休閒事業管理學系	學制 / 班級	大學日間部1年1班
任課教師	林淑芬	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)567 / B509	授課語言別	中文

課程簡介

A.大葉大學管理學院學士班教育目標：

- 1.學生瞭解其志向，適才適性發展
- 2.多元選擇多元學習
- 3.培養學生成為管理人才

B.大葉大學管理學院學士班培育之核心能力：

- 1.專業能力
商管基礎知識
- 2.解決問題能力
執行力、決策力、洞悉力
- 3.溝通能力
傾聽能力、表達能力
- 4.倫理觀
企業倫理、社會倫理

C.大葉大學管理學院學士班課程特色：

- 1.多元適性發展
- 2.多元課程規劃
- 3.多元學習選擇

行銷管理課程教學目的：

本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用(A3, B1)，強調重要觀念的解析(B2)，以國際知名的經典行銷實務，並加入台灣最具話題性、最熱門的行銷個案，豐富又生活化的中外案例，不但讓同學能夠輕鬆對應個案的分析與探討，也提供行銷工作者觀摩學習的良機(A2)；並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用(C1)。藉以提升同學對行銷議題的興趣(A1)，並培養同學分析與解決行銷問題的能力(B2, B3)。

課程大綱

從基礎概念出發，探討市場區隔、定位以及行銷四大決策變數 產品、定價、通路與溝通策略，最後再強調國際行銷、行銷道德和企業倫理價值觀等熱門議題，深入淺出讓同學迅速且有效吸收，最關鍵的行銷管理概念。目的在使有心從事服務業的同學，培養其實際規劃及管理的能力，建立創新與服務管理的專業人才培養；落實理論與經營實務並重之學習。課程將結合理論與實務的教學，增強在地紮根及全球視野的經

營人才培育，強化溝通與表達，落實企業倫理與價值之養成，祈能培養同學專業、服務、學習、創新的管理技能。

基本能力或先修課程

無

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  休閒專業
-  規劃管理
-  領導力
-  實務執行
-  問題解決
-  創新思考
-  國際觀
- 自我調適學習
-  企業倫理
-  表達溝通

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】
休閒專業	10%		講述法 個案討論 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	10
規劃管理	10%		講述法 小組討論 個案討論 專題報告	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	10
領導力	10%		服務學習 影片欣賞 學生上台報告 專題報告	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	10

實務執行	10%	服務學習 影片欣賞	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	10
問題解決	15%	學生上台報告 專題報告 專題演講	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	15
創新思考	15%	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告 專題演講	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	15
國際觀	15%	小組合作 服務學習 影片欣賞 訪談人物	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	15
企業倫理	10%	小組討論 個案討論	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	10
表達溝通	5%	實務操作(實驗、上機或實習等) 校外實習	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 25% 課堂討論: 5% 書面報告: 20%	加總: 100	5

成績稽核

作業: 25%

期中考: 25%

期末考: 25%

書面報告: 20%

課堂討論: 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
行銷學	譚大純 譯	譚大純 譯	普林斯頓	99
行銷學	譚大純 譯	譚大純 譯	普林斯頓	99
行銷學	譚大純 譯	譚大純 譯	普林斯頓	99
行銷學	譚大純 譯	譚大純 譯	普林斯頓	99
行銷學原理	曾光華、饒怡雲		前程文化	2012

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	課程介紹	80	20	0	0	0
2	第1章：行銷的本質	80	20	0	0	0
3	第2章：行銷環境	80	20	0	0	0
4	第3章：消費者市場與消費者行為	80	20	0	0	0
5	第4章：組織市場與組織購買行為	80	20	0	0	0
6	第5章：市場區隔、目標市場與定位	80	20	0	0	0
7	第6章：產品基本概念與產品屬性	80	20	0	0	0
8	第7章：新產品發展與產品生命週期	80	20	0	0	0
9	期中考	0	0	100	0	0
10	企業參訪或演講	80	20	0	0	0
11	第8章：服務行銷	80	20	0	0	0
12	第9章：價格訂定	80	20	0	0	0
13	第10章：行銷通路管理	80	20	0	0	0
14	第11章：零售、批發與物流	80	20	0	0	0
15	第12章：推廣與整合行銷溝通	80	20	0	0	0
16	第13章：推廣工具	80	20	0	0	0
17	期末報告	80	20	0	0	0
18	期中考	0	0	100	0	0