

# 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	2518 / GMN5105
開課系所	管理學院碩士在職專班	學制 / 班級	碩士在職專班1年A班
任課教師	張魁	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	(六)567 / B101	授課語言別	中文

## 課程簡介

1. 認識行銷管理
2. 分析市場機會
3. 發展行銷策略
4. 規劃行銷組合方案
5. 執行與控制

## 課程大綱

1. 認識行銷管理
2. 分析市場機會
3. 發展行銷策略
4. 規劃行銷組合方案
5. 執行與控制

## 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

-  解決問題能力
-  溝通能力
-  倫理觀
-  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 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

解決問題能力	30%	解決問題能力	講述法 小組討論 個案討論 小組合作	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 小組合作狀況: 10%	加總: 100	30
溝通能力	20%	溝通能力	講述法 小組討論 個案討論 小組合作	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 小組合作狀況: 10%	加總: 100	20
倫理觀	10%	倫理觀	講述法 小組討論 個案討論 小組合作	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 小組合作狀況: 10%	加總: 100	10
專業能力	40%	專業能力	講述法 小組討論 個案討論 小組合作	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課程參與度: 10% 小組合作狀況: 10%	加總: 100	40

### 成績稽核

期中考: 30%

期末考: 30%

小考: 10%

課程參與度: 10%

小組合作狀況: 10%

課堂討論: 6%

作業: 4%

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	KERIN	郭常銘	歐亞書局	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
Marketing management 13e	Philip Kotler			0
Marketing 13e	Micheal J. Etzel Bruce J.Walker, William J.Stanton			0

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	透過行銷建立顧客關係和顧客價值	80	0	0	0	20
2	擬定成功的行銷和公司策略	80	0	0	0	20
3	行銷的倫理與社會責任	80	0	0	0	20
4	行銷計劃書	80	0	0	0	20
5	消費者行為	80	0	0	0	20
6	組織市場與購買者行為	80	0	0	0	20
7	確認市場區隔化與目標化	80	0	0	0	20
8	開發新產品與新服務	80	0	0	0	20
9	期中考	80	0	0	0	20
10	產品服務和品牌的管理	80	0	0	0	20
11	產品與服務的定價	80	0	0	0	20
12	行銷通路與供應鏈管理	80	0	0	0	20
13	零售業與批發業	80	0	0	0	20
14	整合行銷傳播與直效行銷	80	0	0	0	20
15	廣告銷售推廣與公共關係	80	0	0	0	20
16	執行互動式和多通路行銷	80	0	0	0	20
17	執行互動式和多通路行銷	80	0	0	0	20
18	期末考	80	0	0	0	20