

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	2657 / BAR5003
開課系所	企業管理學系碩士班	學制 / 班級	研究所碩士班1年2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

本課程介紹行銷管理基本理論與概念，同時提供行銷管理的最新發展趨勢。運用課堂上對個案的互動討論，激勵學生在面對高度競爭的全球化環境時，能夠跳脫傳統策略思維，具備成為新世代管理者的能力。






課程大綱

Chapter 1 Defining Marketing for the 21st Century
Chapter 2 Marketing Strategies and Plans
Chapter 3 Scanning the Environment
Chapter 6 Consumer Markets
Chapter 7 Business Markets
Chapter 8 Identifying Market Segments and Targets
Chapter 9 Creating Brand Equity
Chapter 10 Crfting the Brand Positioning
Midterm
Chapter 12 Setting Product Strategy
Chapter 13 Designing and Managing Sevice
Chapter 14 Developing Pricing Strategy
Chapter 15 Designing and Managing Marketing Channels and Value Networks
Chapter 16 Manaing Retailing, Wholesaling, and Logistics
Chapter 17 Integrated Marketing Communications
Chapter 18 Mass Communications
ChapterPersonal Communications
Final Exam

基本能力或先修課程

管理學，具備基本管理學概念

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  管理專業與研究能力
-  溝通能力
-  團隊合作能力
-  創造力
-  管理及研究倫理

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】
管理專業與研究能力	10%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及研究能力	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	10
溝通能力	20%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	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
團隊合作能力	30%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	講述法 小組討論 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
創造力	30%	產生新穎想法並付諸實行的能力	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

管理及研究倫理	10%	具備人文素養、同理心、對環境的關心及研究倫理	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
---------	-----	------------------------	-----------------------------	---	---------	----

成績稽核

期中考: 30%

期末考: 30%

小考: 10%

課堂討論: 10%

課程參與度: 10%

小組合作狀況: 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	KERIN	郭常銘		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
