

# 102-1 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	0800 / IE12098
開課系所	工業工程與管理學系	學制 / 班級	大學日間部2年1班
任課教師	陳郁文	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	(五)567 / H539	授課語言別	中文

## 課程簡介

行銷的目的旨在實現潛在的交易，來滿足人類需要及欲求。因此，行銷是與市場發生關聯的相關人類活動。市場調查研究則是幫助學生了解企業如何以有效率的方法來達成行銷目標的過程。

## 課程大綱

1. 了解行銷管理
2. 掌握行銷洞悉
3. 市場調查
4. 市場分析
5. 市場定位
5. 創造客戶價值
6. 建立品牌
7. 設定產品策略
8. 傳遞價值
9. 溝通
10. 組織與管理
11. NPO專題
12. 創造永續成長

## 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

- 1.1 邏輯推理：具備工程、邏輯分析與管理之能力。
- 1.2 規劃分析：具備發掘、分析與解決問題之能力。
- 1.3 資訊科技：具備資訊、科際整合與系統分析之能力。
- 2.1 研發創新：具備產品、流程研發與創新之能力。
- 2.2 專案管理：具備專案規劃、設計、評估與改善之能力。
- 3.1 團隊合作：具備團隊合作與溝通協調之能力。

3.2 職場倫理：具備社會責任及職場倫理與道德之意識。

4.1 外語能力：具備基本英文閱讀與溝通之能力。

 4.2 國際視野：具備了解全球產業脈動之能力。

## 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 】
1.2 規劃分析： 具備發掘、分析 與解決問題之能 力。	40%	1. 能夠從一個現狀（不 論有無發生問題）發掘 、分析、解決已發生問 題或是潛在問題。	講述法 小組討論	分組報告: 25% 作業: 25% 課堂討論: 25% 書面報告: 25%	加總: 100	40
3.1 團隊合作： 具備團隊合作與 溝通協調之能力 。	30%	1. 給予一個團隊專題， 能夠學習與隊友分工合 作、有效溝通與協調， 並且能夠完成此項專題 。	小組討論 小組合作	分組報告: 25% 作業: 25% 課堂討論: 25% 書面報告: 25%	加總: 100	30
4.2 國際視野： 具備了解全球產 業脈動之能力。	30%	1. 能夠每學期閱讀商業 週刊或與投資等相關議 題，瞭解全球產業脈動 。	校外參訪 個案討論	分組報告: 25% 作業: 25% 課堂討論: 25% 書面報告: 25%	加總: 100	30

## 成績稽核

作業: 25%

分組報告: 25%

書面報告: 25%

課堂討論: 25%

## 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：亞洲觀點 (5版)	Kotler	謝文雀	華泰	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
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	了解行銷管理 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	100	0	0	0	0
2	掌握行銷洞悉	100	0	0	0	0
3	市場調查	100	0	0	0	0
4	小組報告1	0	0	100	0	0
5	市場分析	100	0	0	0	0
6	市場定位	100	0	0	0	0
7	創造客戶價值	100	0	0	0	0
8	小組報告2	0	0	100	0	0
9	建立品牌	100	0	0	0	0
10	設定產品策略	100	0	0	0	0
11	傳遞價值	100	0	0	0	0
12	小組報告3	0	0	100	0	0
13	溝通	100	0	0	0	0
14	組織與管理	100	0	0	0	0
15	新產品與新服務.	100	0	0	0	0
16	NPO專題	100	0	0	0	0
17	全球市場	0	0	100	0	0
18	小組報告4	0	0	100	0	0