

## 102-2 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	1231 / IBM1025
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部1年2班
任課教師	張魁	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	(四)234 / B202	授課語言別	中文

### 課程簡介

(中文)

- 一 認識行銷在企業管理中的角色與地位
- 二 行銷管理基本觀念與知識之講授
- 三 奠定國際行銷管理知識之基礎
- 四 了解行銷與其他管理功能之關係與整合辦法

### 課程大綱

- 1.行銷的重要性
- 2.企業的變遷
- 3.行銷管理的主要步驟
- 4.行銷研究
- 5.STP
- 6.STP
- 7.STP
- 8.期中考試
- 9.Marketing Mix
- 10.Marketing Mix
- 11.Marketing Mix
- 12.行銷倫理與社會責任
- 13.Case study
- 14.Case study
- 15.Case study
- 16.Case study
- 17.期末考試

### 基本能力或先修課程

管理學

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  社會倫理
-  管理知識
-  整合應用
-  國際視野
- 溝通合作
-  創新思考

### 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 】
社會倫理	10%	瞭解專業倫理及社會責任，培養自我省思及人文關懷的能力	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% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10%	加總: 100	10
管理知識	60%	培養學生具備基礎商業知識，並對資訊掌握、邏輯運用有基礎認知，具備基礎整合、規劃的能力。	個案討論	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10%	加總: 100	60
整合應用	10%	能呈現出相關知識、技能與態度，能選擇有效方法將所設定目標完成，能有效地達成任務(職能)所賦予的要求。	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% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10%	加總: 100	10
國際視野	10%	能夠檢視不同國家、文化間的差異、且能夠體會不同國家、文化對個人行為、態度和溝通的影響	個案討論	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10%	加總: 100	10

創新思考	10%	能以創新的思維來發現問題及分析、解決問題的能力。	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% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10%	加總: 100	10
------	-----	--------------------------	----------------------	---	---------	----

### 成績稽核

期中考: 30%  
 期末考: 30%  
 小考: 10%  
 作業: 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	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

週次	教學內容	分配時數(%)				
		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 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	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	期中考	80	0	0	0	20
9	開發新產品與新服務	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(1)	80	0	0	0	20
17	執行互動式和多通路行銷(2)	80	0	0	0	20
18	期末考	80	0	0	0	20

---