

## 102-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊			
課程名稱	生技產業經營與管理	科目序號 / 代號	1845 / PBN6204
開課系所	生物科技碩士在職學位學程	學制 / 班級	碩士在職專班1年1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 / H635	授課語言別	中文

### 課程簡介

A. 大葉大學生物產業科技學系教育目標：1。培養具食品/特用化學品專業基礎之生技產業初階 中階 高階人才 2。培養具生化產程專業基礎之初階 中階 高階生技產業人才 3。培養具經營管 & # 6 3 9 7 2 ；專業基礎之生技產業初階/中階 高階人才 B。大葉大學生物產業科技學系之核心能 & # 6 3 8 8 2 ；：1。生物產業科技專業基礎能& # 6 3 8 8 2 ；2。生物產業科技專長分組專業能& # 6 3 8 8 2 ；3。生物產業科技跨& # 6 3 9 2 4 ；域多元化學習能& # 6 3 8 8 2 ；C。大葉大學生物產業科技學系之課程特色

- 1。師資產業經驗豐富 2。課程設計具產業取向
- 3。實驗實習課程比& # 6 3 9 2 5 ；高
- 4。教師研究主題與產業發展具高& # 6 4 0 0 1 ；關& # 6 3 8 9 5 ；性

### 課程大綱




生技產業為廿一世紀的明星產業，台灣亦列為兩兆雙星產業發展計畫的重點項目，以期繼IT產業之後再建構台灣生物科技成為另一個明星產業。

- 1。本課程將針對新興生技產業之特性加以介紹，包括核心技術的經濟功能與創新能力及行銷手法等（A 3、B 3）
- 2。結合企管新識和生技特殊性，提供掌握成功之法則，分析生技產業營運管理各層面的脈動，掌握生技價值鏈與公司經營策略（C 1、C 4）

### 基本能力或先修課程

生物化& # 2 3 3 9 8 ；

### 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  具備以生物科技為核心之跨領域多元化學習能力
-  具備生物科技專業研究與應用能力
-  具備研究方法認知與論文寫作能力

## 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 】
具備以生物科技 為核心之跨領域 多元化學習能力	40%	跨領域選修相關課程一 門	講述法 小組討論 個案討論 小組合作 學生上台報 告	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	40
具備生物科技專 業研究與應用能 力	30%	院訂選修課程9學分	講述法 小組討論 個案討論 小組合作	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	30
具備研究方法認 知與論文寫作能 力	30%	院訂必修課程6學分	講述法 小組討論 個案討論 小組合作	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	30

## 成績稽核

期中考: 30%  
 期末考: 30%  
 作業: 10%  
 書面報告: 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		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 & 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	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