

102-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	行銷學	科目序號 / 代號	1872 / BTI2039
開課系所	生物產業科技學系	學制 / 班級	大學日間部4年1班
任課教師	鄭建益	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 2	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(一)78 / H445	授課語言別	中文

課程簡介

瞭解消費市場，區隔出目標市場，以顧客滿意來訂定營運的方針。藉市場導向 S.W.O.T分析、及行銷研究實驗，來提高產品的魅力度、並提升公司的競爭力。










課程大綱

- 一、市場行銷的基本概念
- 二、區隔市場的基礎
- 三、經營者的思維-顧客導向、顧客滿意
- 四、市場導向的策略規劃
- 五、行銷研究與優劣勢分析
- 六、產品行銷之魅力度分析
- 七、產業競爭力量與行銷策略
- 八、差異化與市場定位
- 九、市場調查與德明循環
- 十、發展、測試新產品(開發體系)
- 十一、產品生命週期之管理
- 十二、成功行銷策略具有之特性
- 十三、市場競爭策略的選擇
- 十四、產品定位與包裝
- 十五、價格策略
- 十六、行銷通路
- 十七、廣告、促銷
- 十八、公共關係與危機處理
- 十九、實驗設計於市場行銷之應用
- 二十、風險與利潤之管理

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

-  生物與基礎科學知識
-  專業知識與技能
-  創新思考與解決問題能力
-  規劃與分析能力
-  基礎英語能力
-  經營管理知識與人文素養
-  持續學習新知能力
-  人際溝通與團隊合作能力
-  服務學習與社會關懷能力

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 】
生物與基礎科學知識	10%	應用所學的基礎科學知識解決一般問題	講述法 小組合作	作業: 25% 課程參與度: 25% 小組合作狀況: 25% 書面報告: 25%	加總: 100	10
專業知識與技能	10%	應用所學專業知識與技能，並延伸至實務應用領域	講述法 小組討論 專題演講	小考: 25% 期中考: 25% 期末考: 25% 課程參與度: 10% 小組合作狀況: 5% 書面報告: 10%	加總: 100	10
創新思考與解決問題能力	20%	能有效理解生物科技相關訊息，並轉化為實用的專業知識	小組討論 個案討論 小組合作 專題演講	分組報告: 10% 小考: 15% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 15% 小組合作狀況: 10%	加總: 100	20
規劃與分析能力	10%	透過書報討論或專題研究訓練，整合、歸納與分析相關專業知識	個案討論 小組合作 專題報告	分組報告: 25% 課堂討論: 25% 小組合作狀況: 25% 書面報告: 25%	加總: 100	10

基礎英語能力	5%	具備基礎的英文閱讀、聽力及會話能力 具備基礎的生技英文閱讀、聽力及會話能力	專題報告	分組報告: 10% 小考: 15% 期中考: 25% 期末考: 25% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 15%	加總: 100	5
經營管理知識與人文素養	20%	能清楚了解生物科技與產業管理之相關性，並具有專業人員之倫理規範	講述法 小組討論 個案討論 專題演講	分組報告: 25% 課堂討論: 25% 小組合作狀況: 25% 書面報告: 25%	加總: 100	20
持續學習新知能力	10%	參與各種研討會或研讀中英文期刊報告以獲取新知	小組合作 專題報告	作業: 25% 課堂討論: 25% 小組合作狀況: 25% 書面報告: 25%	加總: 100	10
人際溝通與團隊合作能力	10%	在團隊組織中，具備傾聽、瞭解、尊重與表達能力，以達成雙向溝通進而解決問題	小組討論 個案討論	作業: 25% 課程參與度: 25% 小組合作狀況: 25% 書面報告: 25%	加總: 100	10
服務學習與社會關懷能力	5%	以合理的思考邏輯整合，並與日常生活做結合，對社會付出關懷與貢獻	講述法 小組討論	分組報告: 25% 課堂討論: 25% 小組合作狀況: 25% 口頭報告: 25%	加總: 100	5

成績稽核

小組合作狀況: 19.25%
 書面報告: 16.75%
 課堂討論: 14.25%
 分組報告: 11.25%
 期中考: 8.75%
 期末考: 8.75%
 作業: 7.5%
 小考: 6.25%
 課程參與度: 6%
 口頭報告: 1.25%

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
食品行銷學	鄭建益等		華格納出版社	2012

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
行銷學	鄭建益		自編講義	2012

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	市場行銷的基本概念 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	100	0	0	0	0
2	區隔市場的基礎	100	0	0	0	0
3	經營者的思維-顧客導向、顧客滿意	100	0	0	0	0
4	市場導向的策略規劃	100	0	0	0	0
5	行銷研究與優劣勢分析	100	0	0	0	0
6	產品行銷之魅力度分析	100	0	0	0	0
7	產業競爭力量與行銷策略	100	0	0	0	0
8	差異化與市場定位	100	0	0	0	0
9	市場調查與德明循環	100	0	0	0	0
10	發展、測試新產品(開發體系)	100	0	0	0	0
11	產品生命週期之管理	100	0	0	0	0
12	成功行銷策略具有之特性	100	0	0	0	0
13	市場競爭策略的選擇	100	0	0	0	0
14	產品定位與包裝,價格策略,通路策略	100	0	0	0	0
15	廣告、促銷	100	0	0	0	0
16	公共關係與危機處理	100	0	0	0	0
17	實驗設計於市場行銷之應用	100	0	0	0	0
18	風險與利潤之管理	100	0	0	0	0