

## 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	2335 / RMB1012
開課系所	休閒事業管理學系	學制 / 班級	進修學士班2年1班
任課教師	林淑芬	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	(三)ABC / B409	授課語言別	中文

### 課程簡介

#### A.大葉大學管理學院學士班教育目標：

- 1.學生瞭解其志向，適才適性發展
- 2.多元選擇多元學習
- 3.培養學生成為管理人才

#### B.大葉大學管理學院學士班培育之核心能力：

- 1.專業能力  
商管基礎知識
- 2.解決問題能力  
執行力、決策力、洞悉力
- 3.溝通能力  
傾聽能力、表達能力
- 4.倫理觀  
企業倫理、社會倫理

#### C.大葉大學管理學院學士班課程特色：

- 1.多元適性發展
- 2.多元課程規劃
- 3.多元學習選擇

#### 行銷管理課程教學目的：

本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用(A3, B1)，強調重要觀念的解析(B2)，以國際知名的經典行銷實務，並加入台灣最具話題性、最熱門的行銷個案，豐富又生活化的中外案例，不但讓同學能夠輕鬆對應個案的分析與探討，也提供行銷工作者觀摩學習的良機(A2)；並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用(C1)。藉以提升同學對行銷議題的興趣(A1)，並培養同學分析與解決行銷問題的能力(B2, B3)。

### 課程大綱

從基礎概念出發，探討市場區隔、定位以及行銷四大決策變數 產品、定價、通路與溝通策略，最後再強調國際行銷、行銷道德和企業倫理價值觀等熱門議題，深入淺出讓同學迅速且有效吸收，最關鍵的行銷管理概念。目的在使有心從事服務業的同學，培養其實際規劃及管理的能力，建立創新與服務管理的專業人才培養；落實理論與經營實務並重之學習。課程將結合理論與實務的教學，增強在地紮根及全球視野的經

營人才培育，強化溝通與表達，落實企業倫理與價值之養成，祈能培養同學專業、服務、學習、創新的管理技能。

## 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

-  休閒專業
-  規劃管理
-  企業倫理
-  表達溝通
-  執行力
-  領導力
-  國際觀

## 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】
休閒專業	10%		講述法 小組討論 個案討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 課程參與度: 30% 口頭報告: 20%	加總: 100	10
規劃管理	25%		講述法 小組討論 個案討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 課程參與度: 30% 口頭報告: 20%	加總: 100	25
企業倫理	5%		講述法 小組討論 個案討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 課程參與度: 30% 口頭報告: 20%	加總: 100	5

表達溝通	5%	講述法 小組討論 個案討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 課程參與度: 30% 口頭報告: 20%	加總: 100	5
執行力	5%	講述法 小組討論 個案討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 課程參與度: 30% 口頭報告: 20%	加總: 100	5
領導力	25%	講述法 小組討論 個案討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 課程參與度: 30% 口頭報告: 20%	加總: 100	25
國際觀	25%	講述法 小組討論 個案討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 課程參與度: 30% 口頭報告: 20%	加總: 100	25

### 成績稽核

課程參與度: 30%

期中考: 25%

期末考: 25%

口頭報告: 20%

### 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
行銷學原理	曾光華		前程	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
----	----	----	-----	-----

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	2/19課程說明及注意事項 & 智財權宣導(含告知學生應使用 正版教科書)	90	0	0	0	10
2	2/26行銷的本質	60	0	20	0	20
3	3/05行銷個體環境	60	0	20	0	20
4	3/12行銷總體環境	60	0	20	0	20
5	3/19消費者市場及消費者行為	60	0	20	0	20
6	3/26組織市場與組織購買行為	60	0	20	0	20
7	4/2市場區隔、目標市場與定位	60	0	20	0	20
8	4/91-5章複習，小考1	50	0	30	0	20
9	4/16期中考	10	0	0	0	90
10	4/23產品基本概念和產品屬性	60	0	20	0	20
11	4/30新產品發展與產品生命週期	60	0	20	0	20
12	5/07服務行銷	60	0	20	0	20
13	5/14價格定位	60	0	20	0	20
14	5/21行銷通路管理，6-9章小考2	50	0	30	0	20
15	5/28零售、批發和物流	60	0	20	0	20
16	6/04整合行銷溝通、推廣工具	60	0	20	0	20
17	6/11 期末報告_產品行銷影片製作	10	0	0	0	90
18	6/18 期末報告_產品行銷影片製作	10	0	0	0	90