

## 103-2 大葉大學 完整版課綱

### 基本資料

課程名稱	行銷管理	科目序號/代號	1313 /IRM3007
必選修/學分數	必修 /3	上課時段/地點	(一)234 /B401
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	卓仕文 / 專任	畢業班/非畢業班	非畢業班
學制/系所/年班	大學日間部 / 人力資源暨公共關係學系 / 1年1班		

### 課程簡介與目標

#### 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.協調溝通與表達能力
- 2.商管專業基礎能力
- 3.企業倫理價值觀

#### 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
- 1.讓初學者了解行銷理論與架構，有一種基礎認識(A3, B2,C2)
  - 2.探討台灣企業의各種行銷成功案例(A2, B2,C2)
  - 3.了解行銷實務運作，與系所學程銜接(A3, B2,C3)
  - 4.將來的銜接： - - -行銷研究，國際行銷，服務業行銷，廣告學等等(A2, B2,C3)

### 課程大綱

全方位行銷可被視為行銷發展、設計與執行，以及理解當心行銷環境派動與行銷與環境間攸關性的活動。全方位行銷體認到「對於行銷而言，每個細節都需面面俱到」的關鍵性，因此學習行銷需要更寬闊、更具整合性的觀點。






- 1.內部行銷：確保所有人員（特別是高階管理階層）接懷報正確的行銷準則。
- 2.整合式行銷：確保所有創造、傳遞溝通價值的各項測月皆能透過可行的最適方式完美整合。
- 3.關係行銷：對顧客、通路成員和其他行銷夥伴維繫穩固且多元的關係。
- 4.社會責任行銷：了解行銷所伴隨著法律、道德、環境與社會效應。

以上這四項構面將扮演貫穿本學期課程之重要角色。

## 基本能力或先修課程

管理學、溝通能力、學習的心

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  商管與資訊能力
-  人力資源管理選、用、育、留之規劃與執行之基礎能力
-  公共關係作業能力
-  解決問題能力
-  企業社會責任意識與執行能力

## 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 】
商管與資訊能力	20	具備經會統與管理基本 知識與理論 具備電腦資訊處理能力 能將基本商管知識用來 解釋社會現象	講述法 個案討論 小組合作	分組報告: 20% 期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	20
人力資源管理選 、用、育、留 之規劃與執行之 基礎能力	10	具備人力資源管理的理 論知識 在選用訓育留的管理上 ，提出企劃管理專案的 能力 在選用訓育留的管理上 ，使用進度控制技巧， 執行企劃與管理 在選用訓育留的管理上 ，使用敏感度技巧，觀 察老闆、同事或顧客 等需求的應變能力 在選用訓育留的管理問 題上，利用創造力研擬 替代方案與實行方案	講述法 個案討論 小組合作 影片欣賞	分組報告: 20% 期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	10
公共關係作業能 力	25	具備公共關係的理論知 識 能寫作組織溝通文件 能執行商業簡報 能協助組織發展與利害 關係人的關係 能與員工同事建立良好 關係	小組討論 個案討論 影片欣賞 學生上台報 告	分組報告: 20% 期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	25
解決問題能力	25	能清楚說明問題 具有歸納與分析，撰寫 問題診斷與確認替代方 案的能力 能判斷組織內外關係中 的資源與用途 能將相關課程知識應用 於課堂之練習與實作	小組討論 小組合作 學生上台報 告 專題報告	分組報告: 20% 期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	25

企業社會責任 識與執行能力	20	能辨認組織利害關係人 及其利益與需求 能協助組織發展與利害 關係人的關係 能規畫執行企業社會責 任方案	小組討論 小組合作 學生上台報 告 專題演講	分組報告: 20% 期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	20
------------------	----	--	------------------------------------	---	---------	----

### 成績稽核

期中考: 25%  
 期末考: 25%  
 書面報告: 20%  
 分組報告: 20%  
 作業: 10%

### 書籍類別 (尊重智慧財產權, 請用正版教科書, 勿非法影印他人著作)

書籍類別	書名	作者
教科書	行銷管理	Kotler Armstrong
參考教材及專業期刊導讀	管理學概論	黃恆獎
參考教材及專業期刊導讀	行銷學	Armstorng Kotler

### 上課進度

週次	教學內容	教學策略
1	課程介紹與評分表準 & 智財權宣導(含告知學生應使用 正版教科書)	講述法
2	行銷導論、認識行銷管理	講述法、 小組討論
3	全方位行銷與4P	講述法
4	了解市場與消費者-分析行銷環境	講述法、 小組討論、 個案討論
5	分析消費者市場與消費者行為、行銷環境	講述法、 小組討論、 個案討論
6	顧客導向行銷策略與組合-市場區隔	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作
7	產品、服務與品牌-建立顧客價值 ; 個案分析與討論	期中考、 講述法、 小組討論、 小組合作 、 學生上台報告
8	期中考	期中考

9	新產品發展與產品生命週期策略；個案討論	講述法、 小組討論、 學生上台報告
10	訂價策略:了解與掌握各課價值；個案討論	講述法、 小組討論、 個案討論、 學生上台報告
11	零售與批發；整合行銷溝通策略；個案討論	小組討論、 個案討論、 小組合作
12	廣告與公共關係；個案討論與分析	小組討論、 個案討論、 小組合作
13	人員銷售與銷售促進；個案分析與討論	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作
14	建立直接顧客關係，顧客滿意度；個案討論與分析	小組討論、 個案討論、 小組合作
15	永續行銷：社會責任與道德	小組討論、 個案討論、 專題報告
16	期末實作與分組報告	小組討論、 小組合作、 學生上台報告
17	期末實作與分組報告	小組討論、 小組合作、 學生上台報告
18	期末實作與分組報告	小組討論、 小組合作、 學生上台報告