

## 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	2306 /RMM2050
必選修/學分數	必修 /3	上課時段/地點	(五)567 /B509
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	陳志誠 / 專任	畢業班/非畢業班	非畢業班
學制/系所/年班	大學日間部 / 休閒事業管理學系 /2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.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
-  領導力
-  國際觀
-  企業倫理
-  表達溝通
-  執行力

## 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 】
休閒專業	5		講述法 小組討論 個案討論	分組報告: 25% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 13% 課程參與度: 12%	加總: 100	5
規劃管理	5		講述法 個案討論 小組合作	分組報告: 25% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 13% 課程參與度: 12%	加總: 100	5
領導力	25		講述法 小組合作 學生上台報 告	分組報告: 25% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 13% 課程參與度: 12%	加總: 100	25
國際觀	10		講述法 個案討論 專題演講	分組報告: 25% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 13% 課程參與度: 12%	加總: 100	10
企業倫理	20		講述法 個案討論 專題演講	分組報告: 25% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 13% 課程參與度: 12%	加總: 100	20
表達溝通	25		講述法 小組討論 個案討論 小組合作 學生上台報 告	分組報告: 25% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 13% 課程參與度: 12%	加總: 100	25
執行力	10		講述法 個案討論 小組合作 學生上台報 告	分組報告: 25% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 13% 課程參與度: 12%	加總: 100	10

## 成績稽核

分組報告: 25%  
期中考: 25%  
期末考: 25%  
課堂討論: 13%  
課程參與度: 12%

## 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	林建煌

## 上課進度

週次	教學內容	教學策略
1	228紀念日補假一日 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	停課
2	課程簡介	講述法
3	Ch1行銷內涵與角色	講述法
4	Ch2市場導向的策略管理	講述法、 小組討論
5	Ch3行銷環境	講述法、 小組討論
6	兒童節補假一日	停課
7	Ch4行銷資訊與行銷研究	講述法、 小組討論
8	期中考	筆試
9	Ch5消費者市場與其購買行為	講述法、 小組討論、 個案討論
10	Ch6組織市場與其購買行為	講述法、 小組討論、 個案討論
11	Ch7市場區隔與定位分析	講述法、 小組討論
12	Ch8產品管理	講述法、 小組討論
13	Ch9新產品開發與產品生命週期	講述法、 小組討論
14	Ch10服務行銷	講述法、 小組討論、 個案討論
15	Ch11訂價概念	講述法、 小組討論、 個案討論
16	分組上台報告	學生上台報告
17	端午節補假一日	停課
18	期末考	筆試