

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	2310 /RMM2050
必選修/學分數	必修 /3	上課時段/地點	(一)234 /B507
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	林淑芬 / 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2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 校外參訪 個案討論 影片欣賞 學生上台報 告	小考: 20% 期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 口頭報告: 10%	加總: 100	5
規劃管理	5		講述法 校外參訪 個案討論 小組合作 影片欣賞	分組報告: 20% 小考: 20% 期末考: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	5
領導力	25		講述法 個案討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報 告	小考: 20% 期中考: 20% 期末考: 20% 課程參與度: 20% 小組合作狀況: 10% 口頭報告: 10%	加總: 100	25
國際觀	10		講述法 校外參訪 個案討論 影片欣賞 學生上台報 告	小考: 20% 期中考: 20% 期末考: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	10
企業倫理	20		講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞	小考: 20% 期中考: 20% 期末考: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 10% 書面報告: 10%	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	期中考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 小組合作狀況: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	25

執行力	10	講述法	分組報告: 20%	加總: 100	10
		校外參訪	作業: 20%		
		個案討論	課堂討論: 10%		
		實務操作(實 驗、上機或 實習等)	課程參與度: 20%		
		小組合作	小組合作狀況: 10%		
		學生上台報 告	口頭報告: 10%		
			書面報告: 10%		

成績稽核

課程參與度: 20%
 期中考: 17%
 小考: 13%
 期末考: 13%
 口頭報告: 10%
 書面報告: 9.5%
 課堂討論: 6.5%
 小組合作狀況: 6%
 分組報告: 3%
 作業: 2%

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	行銷學原理	曾光華等著
參考教材及專業期刊導讀	經理人	巨思文化
參考教材及專業期刊導讀	行銷學	Gray Armstrong Philip Kotler
參考教材及專業期刊導讀	行銷管理	J. Paul Peter, James H. Donnelly
參考教材及專業期刊導讀	行銷管理實務與應用	劉亦欣

上課進度

週次	教學內容	教學策略
1	行銷管理課程大綱與上課要求 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	講述法、 小組討論
2	行銷學概念總覽	講述法、 小組討論
3	行銷環境與道德	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作
4	組織市場與購買決策	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作、 學生上台報告
5	行銷市場區隔目標市場與定位	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作
6	產品價值	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作、 影片欣賞
7	產品與服務	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作、 影片欣賞
8	產品開發與管理	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作、 影片欣賞
9	期中考	筆試
10	服務行銷	講述法、 個案討論、 小組合作、 影片欣賞
11	訂價	講述法、 小組討論、 小組合作、 影片欣賞
12	行銷通路	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作、 影片欣賞
13	零售	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作、 影片欣賞
14	整合行銷	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作、 影片欣賞
15	校外參訪(1)	講述法、 小組討論、 校外參訪、 小組合作
16	校外參訪(2)	校外參訪
17	網路行銷	講述法、 小組討論、 個案討論、 小組合作、 影片欣賞
18	期末考	筆試