

103-2 大葉大學 選課版課綱

基本資料			
課程名稱	行銷學	科目序號/代號	0595 /BTI2039
必選修/學分數	選修 /2	上課時段/地點	(一)78 /H566
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	鄭建益 / 兼任	畢業班/非畢業班	
學制/系所/年班	大學日間部 / 生物產業科技學系 /4年1班		

課程簡介與目標

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

 生物與化學基礎科學知識，並培養開發生技產品與行銷能力

 食品科技基本原理與應用技術

 機能性食品與食品加工技術

生物科技所用材料與生物細胞模式之能力

強化細胞組織培養、生物醫學專業知識與技能

化妝品原料開發及研究

化妝品生產及檢驗分析
