

103-2 大葉大學 選課版課綱

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	
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.探討台灣企業的各种行銷成功案例(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