

98-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	行銷學	科目序號 / 代號	1676 / BTI2039
開課系所	生物產業科技學系	學制 / 班級	大學日間部4年1班
任課教師	鄭建益	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 2	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(一)89 / H607	授課語言別	中文

課程簡介

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

成績稽核

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教科書				

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教材及專業期刊導讀				

上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	一、市場行銷的基本概念	100				
2	二、區隔市場的基礎三、經營者的思維-顧客導向、顧客滿意	100				
3	四、市場導向的策略規劃	100				
4	五、行銷研究與優劣勢分析	100				
5	六、產品行銷之魅力度分析	100				
6	七、產業競爭力量與行銷策略	100				
7	八、差異化與市場定位	100				
8	九、市場調查與德明循環	100				
9	十、發展、測試新產品(開發體系)	100				
10	十一、產品生命週期之管理	100				
11	十二、成功行銷策略具有之特性	100				
12	十三、市場競爭策略的選擇	100				
13	十四、產品定位與包裝十五、價格策略	100				
14	十六、行銷通路十七、廣告、促銷	100				
15	十八、公共關係與危機處理	100				
16	十九、實驗設計於市場行銷之應用	100				
17	十九、實驗設計於市場行銷之應用	100				
18	二十、風險與利潤之管理	100				