

99-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

| | | | |
|-----------|---------------|------------|----------------|
| 課程名稱 | 行銷管理 | 科目序號 / 代號 | 1229 / BAR5003 |
| 開課系所 | 企業管理學系碩士班 | 學制 / 班級 | 研究所碩士班1年1班 |
| 任課教師 | 黃怡芬 | 專兼任別 | 專任 |
| 必選修 / 學分數 | 選修 / 3 | 畢業班 / 非畢業班 | 非畢業班 |
| 上課時段 / 地點 | (四)567 / J114 | 授課語言別 | 中文 |

課程簡介

本課程介紹行銷管理基本理論與概念，同時提供行銷管理的最新發展趨勢。運用課堂上對個案的互動討論，激勵學生在面對高度競爭的全球化環境時，能夠跳脫傳統策略思維，具備成為新世代管理者的能力。

課程大綱

Chapter 1 Defining Marketing for the 21st Century
Chapter 2 Marketing Strategies and Plans
Chapter 3 Scanning the Environment
Chapter 6 Consumer Markets
Chapter 7 Business Markets
Chapter 8 Identifying Market Segments and Targets
Chapter 9 Creating Brand Equity
Chapter 10 Crfting the Brand Positioning
Midterm
Chapter 12 Setting Product Strategy
Chapter 13 Designing and Managing Sevice
Chapter 14 Developing Pricing Strategy
Chapter 15 Designing and Managing Marketing Channels and Value Networks
Chapter 16 Manaing Retailing, Wholesaling, and Logistics
Chapter 17 Integrated Marketing Communications
Chapter 18 Mass Communications
ChapterPersonal Communications
Final Exam

基本能力或先修課程

管理學，具備基本管理學概念

課程與系所基本素養及核心能力之關連

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 | | 分配時數(%) | | | | |
|------|---|---------|----|----|----|----|
| 週次 | 教學內容 | 講授 | 示範 | 習作 | 實驗 | 其他 |
| 1 | Chapter 1 Defining Marketing for the 21st Century | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 2 | Chapter 2 Marketing Strategies and Plans | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 3 | Chapter 3 Scanning the Environment | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 4 | Chapter 6 Consumer Markets | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 5 | Chapter 7 Business Markets | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 6 | Chapter 8 Identifying Market Segments and Targets | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 7 | Chapter 9 Creating Brand Equity | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 8 | Chapter 10 Crfting the Brand Positioning | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 9 | Midterm | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 10 | Chapter 12 Setting Product Strategy | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 11 | Chapter 13 Designing and Managing Sevice | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 12 | Chapter 14 Developing Pricing Strategy | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 13 | Chapter 15 Designing and Managing Marketing Channels and Value Networks | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 14 | Chapter 16 Manaing Retailing, Wholesaling, and Logistics | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 15 | Chapter 17 Integrated Marketing Communications | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 16 | Chapter 18 Mass Communications | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 17 | Chapter Personal Communications | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |
| 18 | Final Exam | 40 | 20 | 40 | 0 | 0 |