

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	2766 / IBB1016
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班2年1班
任課教師	蔡啟仲	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(三)BCD / B303	授課語言別	中文

課程簡介

(中文)

- 一 認識行銷在企業管理中的角色與地位
- 二 行銷管理基本觀念與知識之講授
- 三 奠定國際行銷管理知識之基礎
- 四 了解行銷與其他管理功能之關係與整合辦法

課程大綱

- 1.行銷的重要性
- 2.企業的變遷
- 3.行銷管理的主要步驟
- 4.行銷研究
- 5.STP
- 6.STP
- 7.STP
- 8.期中考試
- 9.Marketing Mix
- 10.Marketing Mix
- 11.Marketing Mix
- 12.行銷倫理與社會責任
- 13.Case study
- 14.Case study
- 15.Case study
- 16.Case study
- 17.期末考試

基本能力或先修課程

管理學

課程與系所基本素養及核心能力之關連

溝通合作

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	第1章 行銷導論	100	0	0	0	0
2	第2章 市場導向的策略管理，第3章行銷環境	80	20	0	0	0
3	第4章 行銷資訊與行銷研究	80	20	0	0	0
4	第5章 消費者市場與其購買行為	80	20	0	0	0
5	第6章 組織市場與其購買行為，第7章 市場區隔與定位分析 (一)	80	20	0	0	0
6	第7章 市場區隔與定位分析(二)，第8章 產品管理(一)	80	20	0	0	0
7	第8章 產品管理(二)，第9章 新產品開發與產品生命週期 (一)	80	20	0	0	0
8	第9章 新產品開發與產品生命週期(二)，第10章 服務行銷	80	20	0	0	0
9	期中考試週					
10	第11章 訂價概念，第12章 制定價格	80	20	0	0	0
11	第13章 行銷通路與實體運配，第14章 零售與批發	80	20	0	0	0
12	第15章 推廣策略與行銷溝通	80	20	0	0	0
13	第16章 廣告	80	20	0	0	0
14	第17章 人員銷售	80	20	0	0	0
15	第18章 促銷與公共關係	80	20	0	0	0
16	第19章 行銷的執行與控制	80	20	0	0	0
17	第20章 網路行銷	80	20	0	0	0
18	期末考試週					