

99-2 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	1495 / IRM3007
開課系所	人力資源暨公共關係學系	學制 / 班級	大學日間部1年1班
任課教師	卓仕文	專兼任別	專任
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	(二)56 / B204 (三)4 / B204	授課語言別	中文

課程簡介

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의各種行銷成功案例(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

應用與實作能力

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	課程簡介	50	50			
2	Part1:認識行銷管理-第一章:二十一世紀的行銷	50	50			
3	第二章:發展和執行行銷策略、第三章:了解市場、市場需求與行銷環境	50	50			
4	Part2與顧客連結-第四章:創造顧客價值、滿意度調查和忠誠度	50	50			
5	第五章:分析消費者市場	50	50			
6	第六章:分析企業市場、第七章:確認市場區隔與選擇目標市場	50	50			
7	期中考	50	50			
8	上台報告	0	0	100		
9	Part3建立強勢品牌 第八章:創造品牌權益、第九章:創造定位並面對競	50	50			
10	上台報告	0	0	100		
11	Part4：塑造市場提供物 第十章:產品生命週期中的產品設定與行銷策略	50	50			
12	上台報告	0	0	100		
13	第十一章:設計與管理服務 第十二章:發展定價策略與計畫	50	50			
14	上台報告	0	0	100		
15	Part5傳遞並溝通價值 第十三章:設計與管理價值網絡與通路、第十四章設計與管理整合行銷溝通	50	50			

16	上台報告		0	100
17	Part6創造成功長期成長、第十五章:全球行銷管理	50	50	
18	課程總結、收期末報告	50	50	
