

## 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	1557 / ATM2046
開課系所	會計資訊學系	學制 / 班級	大學日間部1年1班
任課教師	張永誠	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	(二)34 / B401 (四)4 / B401	授課語言別	中文

### 課程簡介

培養學生行銷管理的基本概念，以為未來從事行銷相關工作之基礎。

### 課程大綱

行銷的意義與內涵、行銷環境、消費者市場與消費者行為、組織市場與組織購買行為、市場區隔目標市場與定位、產品基本概念與產品屬性、新產品發展與產品生命週期、服務行銷、價格訂定、行銷通路管理、零售批發與物流、推廣與整合行銷溝通、推廣工具

### 基本能力或先修課程

無

### 課程與系所基本素養及核心能力之關連

財務會計與成本管理會計能力  
審計與稽核能力  
稅務規劃與諮詢能力  
會計資訊整合能力  
投資理財能力

### 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	行銷的定義	80	0	0	0	20
2	行銷的重要性	80	0	0	0	20
3	企業的變遷	80	0	0	0	20
4	行銷管理的主要步驟	80	0	0	0	20
5	行銷研究	80	0	0	0	20
6	STP	80	0	0	0	20
7	STP	80	0	0	0	20
8	STP	80	0	0	0	20
9	期中考試	0	0	0	0	0
10	Marketing Mix	80	0	0	0	20
11	Marketing Mix	80	0	0	0	20
12	Marketing Mix	80	0	0	0	20
13	行銷倫理與社會責任	80	0	0	0	20
14	Case study	20	0	80	0	0
15	Case study	20	0	80	0	0
16	Case study	20	0	80	0	0
17	Case study	20	0	80	0	0
18	期末考試	0	0	0	0	0