

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	2137 / IBM1025
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部1年1班
任課教師	張魁	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	(一)789 / P401	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

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	透過行銷建立顧客關係和顧客價值	80	0	0	0	20
2	擬定成功的行銷和公司策略	80	0	0	0	20
3	行銷的倫理與社會責任	80	0	0	0	20
4	行銷計劃書	80	0	0	0	20
5	消費者行為	80	0	0	0	20
6	組織市場與購買者行為	80	0	0	0	20
7	確認市場區隔化與目標化	80	0	0	0	20
8	開發新產品與新服務	80	0	0	0	20
9	期中考	80	0	0	0	20
10	產品服務和品牌的管理	80	0	0	0	20
11	產品與服務的定價	80	0	0	0	20
12	行銷通路與供應鏈管理	80	0	0	0	20
13	零售業與批發業	80	0	0	0	20
14	整合行銷傳播與直效行銷	80	0	0	0	20
15	廣告銷售推廣與公共關係	80	0	0	0	20
16	執行互動式和多通路行銷	80	0	0	0	20
17	執行互動式和多通路行銷	80	0	0	0	20
18	期末考	80	0	0	0	20