

# 103-2 Preliminary Syllabus, Da-Yeh Univ

Information			
Title	行銷學	Serial No. / ID	0595 / BTI2039
Dept.	生物產業科技學系	School System / Class	大學日間部4年1班
Lecturer	鄭建益	Full or Part-time	兼任
Required / Credit	Optinal / 2	Graduate Class	Yes
Time / Place	(一)78 /	Language	Chinese

Introduction	
瞭解消費市場，區隔出目標市場，以顧客滿意來訂定營運的方針。藉市場導向 S.W.O.T分析、及行銷研究實驗，來提高產品的魅力度、並提升公司的競爭力。	

Outline	
一、市場行銷的基本概念	
二、區隔市場的基礎	
三、經營者的思維-顧客導向、顧客滿意	
四、市場導向的策略規劃	
五、行銷研究與優劣勢分析	
六、產品行銷之魅力度分析	
七、產業競爭力量與行銷策略	
八、差異化與市場定位	
九、市場調查與德明循環	
十、發展、測試新產品(開發體系)	
十一、產品生命週期之管理	
十二、成功行銷策略具有之特性	
十三、市場競爭策略的選擇	
十四、產品定位與包裝	
十五、價格策略	
十六、行銷通路	
十七、廣告、促銷	
十八、公共關係與危機處理	
十九、實驗設計於市場行銷之應用	
二十、風險與利潤之管理	

Prerequisite	
無	