

開南管理學院進修部九十一學年度第二學期 會計系二選 學系 行銷學 科目教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
	中文：行銷學	洪愛玲	選修	二年級	3	3
	英文：Marketing Management	先修課程	無			
教學目標	1.了解行銷對自我及21世紀企業經營的重要性 2.體會團隊對自我實現的影響力 3.提昇個人的思考及組織能力 4.強化國際觀對個人生涯規劃的重要 5.熟悉行銷管理的內容並能評論市場上產品的行銷策略 6.有能力完成行銷專案計劃					
實施方法	1.互動教學。 2.實例演練。 3.專案報告。 4.心得分享。					
評量方式	期中測驗 25% 。期末報告 25% 。平時成績 50% 。					
授課使用書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。					
	Philip Kotler, A Framework for Marketing Management, Prentice Hall press,					
	New Jersey, 2001, p.01~p.352.					
主要參考書籍及教學資源	主要參考書籍					
	1. Lamb, Hair, McDaniel, Essentials of Marketing, South-western College Publishing.					
	2. Michael R. Solomon & Elnora W. Stuart, Marketing, Prentice Hall International, Inc.					
	3. William D. Perreault, Jr. & E. Jerome McCarthy, Basic Marketing, Irwin McGraw-Hill.					
	4. Czinkota & Kotabe, Marketing Management, South-Western College Publishing.					
	教學資源					
	1. 投影機					
	2. 光碟、錄影帶					
說明：授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。 <small>Designer jimmy</small>						

課程委員會召集人及會簽日期：

系主任林月珠

授課教師及填寫日期：洪愛玲 2003. 2.14

洪愛玲

開南管理學院九十學年度第二學期 會計 學系科目簡介

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
	中文：行銷學	洪愛玲	選修	二年級	3	3
	英文：Marketing Management	先修課程	無			
行銷學是一門幫助學生了解行銷及行銷管理的意義及功能何在, 進而如何活用理論於生活及專業中的課程, 其內容包含:						
1. 了解行銷管理的基本重要觀念及過程						
2. 分析行銷機會						
3. 發展行銷策略						
4. 策劃行銷活動						
5. 控管行銷的績效						
英文課程簡介：						
A Framework for Marketing Management is organized into five parts:						
Part I, Understanding Marketing Management.						
Part II, Analyzing Marketing Opportunities.						
Part III, Making Marketing Decisions.						
Part IV, Managing and Delivering Marketing Programs						
說明：授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。						

課程委員會召集人及會簽日期：

系主任林月珠

授課教師及填寫日期：洪愛玲 2003.2.14

洪愛玲

開南管理學院九十一學年度第二學期 行銷學 科目教學大綱與進度表

週次	日期	上課 時數	教學內容、大綱	教學進度	備註
1	2月17-18日		註冊日&課程介紹		
2	2月24-25日	3	行銷導論	第一章	
3	3月3-4日	3	市場導論的策略管理	第二章	
4	3月10-11日	3	行銷資訊與行銷研究	第四章	
5	3月17-18日	3	消費者市場與其購買行爲	第五章	
6	3月24-25日	3	市場區隔與定位	第七章	
7	3月31-1日	3	產品管理	第八章	
8	4月7-8日	3	新產品開發與產品生命週期(期中考)	第九章	
9	4月14-15日	3	制定價格	第十二章	
10	4月21-22日	3	校慶補假		
11	4月28-29日	3	行銷通路與實體運配	第十三章	
12	5月5-6日	3	零售與批發	第十四章	
13	5月12-13日	3	推廣策略與行銷溝通	第十五章	
14	5月19-20日	3	期中考		
15	5月26-27日	3	廣告	第十六章	
16	6月2-3日	3	促銷與公共關係	第十八章	
17	6月9-10日		簡報週		
18	6月16-17日		簡報週(期末考週)		

※說明：十八週內含期中考與學期考二週，期中考週由授課教師自行考試，未舉行考試者仍須照常上課。學期考週請務必詳細填寫是否由教務處统一安排考試，未填寫者視同自行考試，教務處課務組不再另行通知。由教務處統一安排考試之教師，請於15~16週內提出命題卷至教務處。