

開南大學九十六年度第二學期 財務金融 學系、所、中心科目教學計劃表

課程編號	1 0 5 0 2 1 9 0 0	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	授課教師： 廖武正 開課系所： 財務金融 年級班別： 一 年 A、B 班	老師 學系
班次	01、02			
課程名稱(中文)		學分數	課程名稱(英文)	
行銷學		3	Marketing	
教學目標 與內容	目標：訓練學生了解行銷概念，學習認識和分析行銷問題以及培養解決問題的能力 內容：主要內容為基本概念，行銷環境與市場資訊及行銷策略，行銷組合及行銷的社會面			
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法 <input type="checkbox"/> 實作法 <input type="checkbox"/> 討論法 <input type="checkbox"/> 演習法 <input checked="" type="checkbox"/> 問答法 <input type="checkbox"/> 其他_____			
評量方式	期中測驗 30 % 期末測驗 30 % 平時成績 40 % 其他_____ 成績□□%			
授課使用及 參考書籍	(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)。 黃俊英，行銷學原理，二版，華泰文化，台北，2007年。 管理、突破、EMBA 及哈佛商業評論等雜誌相關文章。			

科目簡介(可含大綱及教學進度)：

週 別	大 綱	週 別	大 綱
第一週	行銷學的基本概念	第十週	產品規劃
第二週	行銷規劃與銷售預測	第十一週	價格的訂定
第三週	行銷環境	第十二週	行銷通路
第四週	消費者與組織購買	第十三週	零售、批發、物流
第五週	行銷研究與資訊系統	第十四週	推廣基本觀念
第六週	市場區隔、目標市場行銷與定位	第十五週	廣告、促銷與公共關係
第七週	產品、品牌與服務行銷	第十六週	人員銷售與直效行銷
第八週	新產品發展與產品生命週期	第十七週	行銷與社會
第九週	期中考試	第十八週	期末考試

說明：  
 7. 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。  
 8. 本表於 91.4.23 第四次校課程委員會討論通過。

課程委員會召集人 **何文榮**

授課教師：廖武正

課務組辦事員 **郭惠姍**

課務組  
97.3.7  
收文章