

開南大學 96 年度第 2 學期 資電系 行銷學教學計劃表

課程編號	2 0 2 0 2 9 1 0 0	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	授課教師：陳炳良 老師
班次	進修部資電 4		開課系所：資訊及電子商務學系 年級班別：2 年 AB 班
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** 爲使研習學生對行銷有基本認識及深入的了解，本課程將深入淺出，有系統的就行銷學相關知識、理論與運用，分別說明及探討，除課本外，將指定習作，以強化學習效果。

**實施方法** 講解法 實作法 討論法 演習法 問答法 其他\_\_\_\_\_

**評量方式** 期中考 35% 期末考 35% 平時成績 30%

**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)。  
2006 林建煌，行銷學(Marketing)，華泰文化

科目簡介(含課程大綱及教學進度)：

第一週 課程及評量方式說明, 導論 (何謂行銷) 第二週 行銷的角色與內涵, 行銷環境 第三週 行銷資訊  
 第四週 消費者行爲 第五週 市場組織及購買行爲 第六週 市場區隔與定位 第七週 行爲與定位 第八週 產品管理  
 第九週 產品開發與生命週期 第十週 期中考 第十一週 服務行銷 第十二週 價格策略 第十三週 價格策略 (二)  
 第十四週 產品及價格策略 第十五週 通路策略 第十六週 推廣策略 第十七週 通路及推廣策略 第十八週 期末考



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。
- 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：

授課教師：陳炳良

