

開南大學 95 年度第 2 學期 企業管理 學系科目教學計劃表


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
161020300	中文：行銷管理	黃日鈺	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	在職二年 班	3	3
	英文：Marketing management	先修課程	無			
教學目標與內容	本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。					
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 type="checkbox"/> 問答法。 <input type="checkbox"/> 其他 ()。					
評量方式	期中測驗 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %。 期末測驗 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %。 平時成績 <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %。 其他 () 成績 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %。					
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)。 瞿玉鳳，行銷管理：全球化觀點，初版，McGraw Hill，台北，2006。					

科目簡介(可含大綱及教學進度)：

- 第 1 章：行銷對顧客、企業及社會的價值
 第 2 章：行銷策略規劃
 第 3 章：以市場區隔及市場定位訂定行銷策略
 第 4 章：評估變動行銷環境中的市場機會
 第 5 章：全球消費市場的人口統計構面
 第 6 章：消費市場的行為構面
 第 7 章：企業和組織的購買行為
 第 8 章：善用行銷資訊作出更好的決策
 第 9 章：商品和服務的產品規劃要素
 第 10 章：產品管理及新產品開發
 第 11 章：通路及通路系統的發展
 第 12 章：配銷顧客服務及後勤作業
 第 13 章：零售商、批發商及其策略規劃
 第 14 章：推廣-整合行銷傳播簡介
 第 15 章：人員銷售

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：黃日鈺



