

開南大學 96 年度第 1 學期國際企業學系整合行銷傳播個案分析教學計劃表

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| 課程編號  | 1 0 2 0 3 0 2 4 0  | <input type="checkbox"/> 必修<br><input checked="" type="checkbox"/> 選修 | 授課教師：謝家祥老師<br>開課系所：國際企業學系<br>年級班別：三年 A 班                  |
| 班次  | 01   |   |   |
| 課程名稱(中文)  |  | 學分數   | 課程名稱(英文)  |
| 整合行銷傳播個案分析  |  | 3   | <i>Integrated Marketing Communication:<br/>Case Study</i> |
| 教學目標<br>與內容   | 探討成功行銷傳播四大架構要素：(1)整合行銷經營力(2)整合行銷傳播工具力(3)整合行銷組織協調力(4)整合行銷資訊科技力  |   |   |
| 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  | 平時成績 10% 大綱報告 20% 專題報告 30% 作業成績 40%  |   |   |
| 授課使用及<br>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)。  |   |   |
|   | 戴國良 (2005), 「整合行銷傳播」, 五南圖書出版公司   |   |   |
| 科目簡介(可含大綱及教學進度)：  |  |   |   |
| Week1   | 10SEP2007  | 課程說明與討論   |   |
| Week2   | 17SEP2007  | 整合行銷傳播形成背景、定義、特性與核心概念   |   |
| Week3   | 24SEP2007  | 整合行銷傳播的模式規劃與執行【因應中秋彈性調課 29SEP】  |   |
| Week4   | 01OCT2007  | 顧客導向與行銷管理知識總架構回顧  |   |
| Week5   | 08OCT2007  | 媒體產業分析－電視媒體   |   |
| Week6   | 15OCT2007  | 大綱報告  |   |
| Week7   | 22OCT2007  | 專題報告：促銷力  |   |
| Week8   | 29OCT2007  | 專題報告：產品力  |   |
| Week9   | 05NOV2007  | 專題報告：價格力  |   |
| Week10  | 12NOV2007  | 專題報告：通路力  |   |
| Week11  | 19NOV2007  | 專題報告：店面現場環境力  |   |
| Week12  | 26NOV2007  | 專題報告：CRM、CALL-Center 與資料庫行銷   |   |
| Week13  | 03DEC2007  | 專題報告：事件行銷、運動行銷與公共事務   |   |
| Week14  | 10DEC2007  | 專題報告：電話行銷   |   |
| Week15  | 17DEC2007  | 專題報告：網路行銷   |   |
| Week16  | 24DEC2007  | 專題報告：直效行銷與關係行銷  |   |
| Week17  | 31DEC2007  | 專題報告：行動（簡訊）行銷   |   |
| Week18  | 07JAN2008  | 專題報告：異業策略聯盟行銷   |   |
| 說明：   |  |   |   |
| 1. 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。 |  |   |   |
| 2. 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：謝家祥



