

開南管理學院九十四年度第二學期 財務金融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
	中文：行銷學	許君毅	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	進修部一年級	3	3
	英文：Marketing	先修課程				
教學目標與內容	為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，將指定分組研讀及習作，以強化學習效果。					
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法。 <input checked="" type="checkbox"/> 實作法。 <input checked="" 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 25% ,期末測驗30% ,課堂報告25%,平時出席 10% ,個人表現分數10%。其他（課堂報告分為六組,自選有關行銷之案例,依所學行銷理論加以說明,可使用簡報器材,需輪流上台報告,並於報告時繳交書面報告）。					
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)。 鄭華清, 行銷管理, 全華科技圖書, 2004 林建煌, 行銷學(Marketing), 華泰文化, 2006					
科目簡介(可含大綱及教學進度):	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 各組報告:請找尋一產品或公司,就其消費者.市場分別分析其行爲與定位					
	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 各組報告:請找尋一產品或公司,分析其通產品及價格策略					
	第十五週 通路策略					
	第十六週 推廣策略					
	第十七週 各組報告:請找尋一產品或公司,分析其通路及推廣策略					
	第十八週 期末考					
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。 Designer jenny					

課程委員會召集人:

財金系何文榮  
主任

授課教師:許君毅

課務組  
95.3.21  
收文章