

開南大學 九十五年 年度第一 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
101020500	中文：行銷管理	黃櫻美	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	大學部三年級	3	3
	英文： Marketing Management	先修課程	無			
教學目標與內容	本課程在介紹如何將基本之行銷概念與理論融入實務當中，使學生能對行銷管理有更深入的了解，能更自由地應用行銷概念於生活與未來工作。課程目標為：學生在上完這門課時，能(一)說出有關行銷管理的基本概念與重要理論；(二)應用相關知識去分析與診斷實務上的問題；(三)規劃並執行行銷管理的相關研究。					
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 25%。 期末測驗 25%。 小組報告 20%。 課堂表現 20%。 出席狀況 10%。					
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)。 林建煌， <u>行銷學</u> ，華泰書局出版。					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
<p>授課方式及課堂要求：</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 課程進行以老師講授為主，有時輔以個案研討。 一 學生課前應閱畢指定章節，上課時主動提問題，並參與討論。 一 每五~六人一組，須完成一份研究報告(須打字)。茲說明如下： <ul style="list-style-type: none"> 每組選定某一特定產品之行銷策略進行分析，並於報告日前三天(星期五下午 5:00 前)繳交一份 10 頁的書面報告(格式採字型大小 12，行距 1.5)。 一 書面報告內容須包括：(A)此產品、服務或想法之規格與特性、(B)如何決定此產品的目標市場、(C)此產品所採用之產品、價格、通路與推廣策略。 一 輪到報告的同學須於該週上課時間(第三節課)做 20 分鐘的口頭報告，之後由另一組同學針對報告內容做 10 分鐘的評論。因此，同學須依規定時間備妥兩份期末報告，一份交給老師，另一份交給負責評論你報告的同學。分數的評定以書面報告為依據。 						

課程進度：

週別	日期	主題	報告組與評論組
1	09/26	上課要求與課程簡介, Ch1	
2	10/03	Ch2 & Ch3	
3	10/10	年雙十節放假	
4	10/17	Ch4	
5	10/24	Ch5	
6	10/31	Ch6	
7	11/07	Ch7	
8	11/14	Ch8	
9	11/21	期中考	
10	11/28	Ch9	
11	12/05	Ch10	
?	12/12	Ch11	
13	12/19	Ch12	
14	12/26	Ch13	
15	01/02	Ch14	
16	01/09	Ch15	
17	01/16	Ch16	
18	01/23	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。

課程委員會召集人：


 企管系主任李文雄(乙)

授課教師：黃櫻美


 課務組
95.11.13
收文章