

開南管理學院進修部九十一學年度第一學期 會計系三選 學系 行銷學 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	洪愛玲	選修	三年級	3	3
	英文: Marketing Management	先修課程	無			
教學目標	1.了解行銷對自我及 21世紀企業經營的重要性 2.體會團隊對自我實現的影響力 3.提昇個人的思考及組織能力 4.強化國際觀對個人生涯規劃的重要 5.熟悉行銷管理的內容並能評論市場上產品的行銷策略 6.有能力完成行銷專案計劃					
實施方法	1.投影片教學。 2.實例演練。 3.專案報告。 4.心得分享。					
評量方式	期中測驗 30% 。期末測驗 30% 。平時成績 20% 。其他（小組報告）成績 20% 。					
授課使用書籍	(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)。					
	Philip Kotler, A Framework for Marketing Management, Prentice Hall press, New Jersey, 2001, p.01~p.352.					
主要參考書籍及教學資源	主要參考書籍					
	1. Lamb, Hair, McDaniel, Essentials of Marketing, South-western College Publishing.					
	2. Michael R. Solomon & Elnora W. Stuart, Marketing, Prentice Hall International, Inc.					
	3. William D. Perreault, Jr. & E. Jerome McCarthy, Basic Marketing, Irwin McGraw-Hill.					
	4. Czinkota & Kotabe, Marketing Management, South-Western College Publishing.					
	教學資源					
	1. 投影機					
	2. 光碟、錄影帶					
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。 <small>Design: jiang</small>						

課程委員會召集人及會簽日期：

系主任  
林月珠

授課教師及填寫日期：洪愛玲 2002. 9.20

## 開南管理學院九十學年度第一學期 會計 學系科目簡介

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	洪愛玲	選修	三年級	3	3
	英文：Marketing Management	先修課程	無			
行銷學是一門幫助學生了解行銷及行銷管理的意義及功能何在, 進而如何活用理論於生活及專業中的課程, 其內容包含:						
1. 了解行銷管理的基本重要觀念及過程						
2. 分析行銷機會						
3. 發展行銷策略						
4. 策劃行銷活動						
5. 控管行銷的績效						
英文課程簡介：						
A Framework for Marketing Management is organized into five parts:						
Part I, Understanding Marketing Management.						
Part II, Analyzing Marketing Opportunities.						
Part III, Making Marketing Decisions.						
Part IV, Managing and Delivering Marketing Programs						
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。						

課程委員會召集人及會簽日期：

系主任  
林月珠

授課教師及填寫日期：洪愛玲 2001.9.20

開南管理學院九十一學年度第一學期 行銷學 科目教學大綱與進度表

週次	日期	上課 時數	教學內容、大綱	教學進度	備註
1	9月13日		學生選課中		
2	9月16/18日		1. Marketing in the Twenty-First Century	第一章	
3	9月23/25日	3	2. Building Customer Satisfaction, Value, and Rention	第二章	
4	9月30/02日	3	3. Winning Markets Through Strategic Planning, Implementation, and Control	第三章	
5	10月07/09日	3	4. Understanding Markets, Market Demand, and the Marketing Environment	第四章	
6	10月14/16日	3	5. Analyzing Consumer Markets and Buyer Behavior	第五章	
7	10月21/23日	3	6. Analyzing Business Markets and Buyer Behavior	第六章	
8	10月28/30日	3	7. Dealing with the Competition	第七章	
9	11月04/06日	3	8. Identifying Market Segments and Selecting Target Markets	第八章	
10	11月11/13日	3	期中考	第九章	
11	11月18/20日	3	9. Developing, Differentiating, and Positioning Products through the Life	第十章	
12	11月18/19日	3	10. Managing Product Lines and Brands	第十一章	
13	11月25/27日	3	11. Designing and Managing Services	第十二章	
14	12月2/4日	3	12. Designing Pricing Strategies and Programs	第十三章	
15	12月9/11日	3	13. Selecting and Managing Marketing Channels	第十四章	
16	12月16/18日	3	14. Managing Retailing, Wholesaling, and Market Logistics	第十五章	
17	12月23/25日		15. Designing and Managing Integrated Marketing Communications	第十六章	
18	12月30/01日		16. Managing the Sales Force		

※說明：十八週內含期中考與學期考二週，期中考週由授課教師自行考試，未舉行考試者仍須照常上課。學期考週請務必詳細填寫是否由教務處统一安排考試，未填寫者視同自行考試，教務處課務組不再另行通知。由教務處统一安排考試之教師，請於 15~16週內提出命題卷至教務處。