

開南管理學院 92 年度第 2 學期 財金管理 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
	中文：行銷學		<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	一年 A 班 進 -A.	3	3
	英文：Marketing Management	先修課程	管理學			
教學目標與內容	希望藉著行銷管理學的基本概念為學生建立撰寫企畫書的能力及分析計畫書可性的評估。行銷學的架構本身就是企畫書的基本架構及理念、學生應瞭解行銷學內基本的定義及概念，藉以發展有創造力、具市場敏感度的企畫。					
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 checked="" type="checkbox"/> 演習法。 <input checked="" type="checkbox"/> 問答法。 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（演講、參訪）。					
評量方式	期中測驗 20%。期末測驗 20%。平時成績 20%。其他（報告）成績 40%。					
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) Bearden Ingram & LaForge (王居卿、張威龍、陳明杰譯)、行銷學、第三版、台灣、前程出版、91 年 張國雄、國際行銷學、第一版、前程出版、台灣、92 年、1-496					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：	依照行銷學這本書為教學主軸，分章節作為教學的時間和分配，配合國際行銷學宏觀的的角度及台灣本土的實際案例做為演練教材。計畫如下：					
	1、行銷學的概論					
	2、外部環境掃描					
	3、行銷在組織內的角色					
	4、消費者行為					
	5、市場區隔及市場目標設定					
	6、產品策略					
	7、訂價策略					
	8、通路策略					
	9、推廣策略					
	10、直效行銷及電子商務					
	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：

系主任 徐泰煒

授課教師：林靜雯