

開南管理學院 九十二 年度第一 學期 國際企業系 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：行銷管理	朱克聰	必修	二年 A 班	3	3
	英文：Marketing Management	先修課程	經濟學			
教學目標與內容	1. 了解行銷行銷環境的制定與行銷決策的基礎；2. 對現行新的行銷思維加以探討與學習,這些課題包括顧客管理、顧客價值評估、品牌權益及價值訂位,配合個案教學,使學生對觀念得以具體化與生活化					
實施方法	講解法、討論法					
評量方式	期中測驗 35%。期末測驗 40%。平時成績 25%。其他() 成績□□%。					
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)。 Kotler & Armstrong, "Principles of Marketing", Ninth Edition, Prentice Hall, 2001					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
第一週 課程簡介			第十四週 產品與服務策略			
第二週 行銷的定義、需要、慾望與需求			第十五週 新產品與產品生命週期			
第三週 需求管理、社會行銷、網路行銷			第十六週 訂價策略、通路與物流			
第四週 行銷策略規劃			第十七週 整合性行銷、直效行銷			
第五週 行銷過程			第十八週 期末考			
第六週 行銷環境						
第七週 行銷資訊系統						
第八週 行銷研究過程						
第九週 期中考						
第十週 消費行為模式						
第十一週 消費者購買行為						
第十二週 企業市場與企業購買行為						
第十三週 市場區隔與目標市場定位						
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 jimmy						

課程委員會召集人：

授課教師：朱克聰

