

18

開南大學 95 年度第一學期 應用英語學系 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： 行銷管理(上)	邴傑民	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	應英三 A 進修部三	2	2
	英文： Marketing Management	先修課程				
教學目標 與內容	The purpose of this course is to teach students to embrace with global marketing trend or change with particular emphasis on 1) managerial orientation 2) analysis approach 3) multidisciplinary perspective 4) universal application 5) Asian insight.					
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法。 <input type="checkbox"/> 實作法。 <input checked="" type="checkbox"/> 討論法。 <input type="checkbox"/> 演習法。 <input checked="" type="checkbox"/> 問答法。 <input type="checkbox"/> 其它()。					
評量方式	期中測驗 <input checked="" type="checkbox"/> 30% 期末測驗 <input checked="" type="checkbox"/> 40% 平時成績 <input checked="" type="checkbox"/> 30% 其它()成績 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %					
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) Philip Kotler, Marketing Management, 3 rd Ed., Pearson/Prentice Hall, Singapore (Rep. of U.S.A), 2003, pp. 1-752					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
第 1,2 週 第 1 章 Defining marketing for the 21 Century.						
第 3,4 週 第 2 章 Adapting marketing to the new economy						
第 5,6 週 第 3,4 章 Building customers satisfaction, value and retention/winning markets through market-oriented strategic planning.						
第 7,8 週 第 5 章 Gathering information and measuring market demand						
第 9,10 週 第 6 章 Scanning the marketing environment						
第 11,12 週 第 7,8 章 Analyzing consumer markets and buyer behavior/analyzing business markets and business buyer behavior						
第 13,14 週 第 9 章 Dealing with the competition						
第 15,16 週 第 10 章 Identifying markets segments and selecting target market						
第 17,18 週 第 11 章 Positioning and differentiating the market offering through the product life cycle						
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。						

授課教師：邴傑民

應英系主任 李健

課務組
95.11.23
收文章