

開南大學 九十五 年度第一 學期 企業管理學系 行銷管理 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
151030400	中文：行銷管理	丁導民	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	進修部 二年 班	3	3
	英文：Marketing Management	先修課程				
教學目標與內容	今日的企業競爭強調核心競爭力，而公司的核心競爭力常是差異優勢所在；此差異優勢與「行銷」產生的創新價值密切相關，因此，本課程的目標與內容將以實務的行銷案例與行銷概念相整合，包括「了解行銷角色」、「分析行銷環境」、「掌握市場機會」、「塑造產品價值」、「促進產品流動」、「傳達產品價值」等為探討主題。					
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 type="checkbox"/> 問答法。 <input type="checkbox"/> 其他 ()。					
評量方式	期中測驗 25% 。 期末測驗 25% 。 平時成績 50% 。 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)。 曾光華，行銷管理，第二版，台北：前程文化，2006，頁 1-620。					

科目簡介(可含大綱及教學進度)：

- 1-2 週 行銷管理導論
3 週 顧客價值與滿意度
4 週 行銷資訊與行銷研究
5 週 行銷環境
6 週 消費者行爲
7 週 競爭者分析與策略
8 週 市場區隔與市場定位
9 週 期中考
10-11 週 產品管理與產品經營
12 週 服務之行銷管理
13 週 行銷通路
14 週 零售、批發與物流
15 週 推廣與行銷溝通
16 週 廣告與促銷
17 週 行銷道德
18 週 期末考

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。
- 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：

系管系 李文雄
主任 李文雄

授課教師：

丁導民 95.9.27

課務組
95.11.13
收文章