

管理學院 九十三年 度第二 學期 應用英語學系 學系科目教學計

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(下)	魏鸞瑩	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	三年B班	2	2
	英文：marketing management	先修課程	無			
教學目標與內容	本課程教授行銷管理重要理論，輔以個案實例說明。以深入淺出的方式，結合學生實地參訪，令修課學生兼具理論研究與實務操作之能力，並能強化個人競爭力，從事行銷管理相關工作。本課程並以小組討論方式，令小組實際操作虛擬產品之行銷專案，以獲得完整之行銷管理能力。					
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 checked="" type="checkbox"/> 其他（個案研究、企業參訪）。					
評量方式	期中測驗 25%。 期末測驗 25%。 平時成績 25%。 小組報告成績25%。					
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)。 <b>行銷管理(Kotler, Marketing Management-An Asia perspective)", 華泰文化, 台北, 2004</b>					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：	課程採理論與實務個案分析講授，期中後將各理論佐以特定產業、產品或服務進行討論。 本學期安排1-2次知名企業參訪，學生須針對企業個案撰寫行銷報告。					
	Analyzing Consumer Market & Buying Behaviors					
	Analyzing Business Market & Buying Behaviors					
	Identifying Market Segment & Selecting Target Marke					
	Positioning the Market Offering through the Product Life Cycle					
	Dealing with the Competition					
	Developing New Market Offering					
	Managing Product Lines & Branding					
	Designing and Managing Services					
	Managing Integrated Marketing Communication					
	Managing Advertising, sales Promotion, PR & Sales Forces					
	Managing Direct & On-line Marketing					
	Managing Marketing Channels					
	Managing Retailing, Whole Saling & Market Logistics					
	Designing Pricing Strategies & Programs.					
	Managing the total Market Effort & Marketing Auditing					
	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：

應英系 陳漢昕  
籌備處主任

---

授課教師：魏鸞瑩