



課 綱 Course Outline  
企業管理學系碩士在職專班

中文課程名稱 Course Name in Chinese	行銷管理研討				
英文課程名稱 Course Name in English	Seminar in Marketing Management				
科目代碼 Course Code	BM_5310Z	班 別 Degree	碩專班 Master's program		
修別 Type	必修 Required	學分數 Credit(s)	3.0	時 數 Hour(s)	3.0
先修課程 Prerequisite					
課程目標 Course Objectives					
國際企業在營運理念上，邁進國際行銷導向，應突破國貿之傳統導向，建立國際資訊體系，積極進行國際市場之研究與分析，確認目標市場，擴展國貿之行銷策略幅度，以為學生將來發展事業之用。					
系教育目標 Dept.'s Education Objectives					
1	培養具國際觀與現代管理專業之企業經理人 Cultivating international perspectives and modern management expertise of corporate managers.				
2	培養企業創新與管理能力之專業經理人 Cultivating professional managers and management capabilities of Enterprise Innovation				
3	培養理論與本土實務分析運用能力之專業經理人 Cultivating theoretical and practical analysis of the ability to use local professional managers				
系專業能力 Basic Learning Outcomes				課程目標與系專業能力相關性 Correlation between Course Objectives and Dept.'s Education Objectives	
A	具備企業管理理論的核心專業知識 Having core business management theory expertise				●
B	具備邏輯思考與企業經營管理問題解決的能力 Having ability to think logically and business management problem solving				●

C	具備領導、溝通協調與團隊運作的能力 Having leadership, the ability to communicate and coordinate operations with the team	●
D	具備資訊科技之妥善運用能力，以培育企業經營之運籌帷幄 Having ability to use information technology appropriately to foster business of strategizin	●
E	具備企業倫理以奠定經營觀念之認知與堅持 Having business ethics in order to lay the concept of cognitive operations and persistence	○

圖示說明Illustration：● 高度相關 Highly correlated ○ 中度相關 Moderately correlated

課程大綱  
Course Outline

1. 行銷管理之概念：
  - (1) 行銷管理之概念
  - (2) 行銷系統與環境
2. 行銷市場之研究與規劃：
  - (1) 市場之區隔與選定
  - (2) 行銷規劃及預算
3. 行銷策略：產品、價格、通路及廣告策略
4. 行銷管理：
  - (1) 行銷組織
  - (2) 行銷控制
  - (3) 行銷活動與擴展
5. 行銷個案

資源需求評估（師資專長之聘任、儀器設備的配合．．．等）  
Resources Required (e.g. qualifications and expertise, instrument and equipment, etc.)

1. 以具有國際行銷及企業管理等方面專長師資擔任較宜
2. 教學時需有投影機、幻燈片、收錄音機及電腦配合較易收效。

課程要求和教學方式之建議  
Course Requirements and Suggested Teaching Methods

1. 按原定教學進度，順序進行，教學方式以講授、問答以及討論為主
2. 授課內容除指定教材外，並以相關資料加以補充

其他  
Miscellaneous