Please consult Intellectual Property Rights before making a photocopy. Please use the textbook of copyrighted edition.

## ②國玄東華大學

# 教學計劃表 Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	行銷管理				學年/學期 Academic Year/Semester		
課程名稱(英文) Course Name in English	Marketing Management						
科目代碼 Course Code	MGT_5401Z	系級 Department 碩專 & Year		開課單位 Course-Offering Department	管理學院		
修別 Type	必修 Required	學分數/時 Credit(s)/Hou		2.0/2.0			
授課教師 Instructor	/廖苡全						
先修課程 Prerequisite							

### 課程描述 Course Description

本課程乃有系統地探討行銷管理理論及其應用,強調重要觀念的解析,並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用,再附充當前學術議題做為補充,藉以提升同學對行銷議題的與趣,並培養同學分析與解決行銷問題的能力。

#### 課程目標 Course Objectives

- 1. 提供學生基礎的學理知識 (ex:行銷概念與程序)
- 2. 瞭解市場現況與實務案例 (ex:行銷個案探討)
- 3. 培養學生制訂行銷策略與運用行銷工具的能力 (ex:行銷案例作業)

	院基本素養與核心能力 College Basic Learning Outcomes	課程目標與院基本素 養與核心能力 Correlation between Course Objectives and Basic Learning Outcomes
A	具備企業管理理論體系的基礎與進階實務知識的應用能力。With a solid foundation of management theories and advanced practical application abilities	0
В	具備邏輯思考、問題分析、問題解決與決策能力。With logical thinking, problem analysis, problem solving and decision making ability	•
С	善用資訊科技進行資訊蒐集、分析與統整的能力。With capacity to utilize IT in conducting information gathering, data analysis and integration	
D	具備領導、溝通協調與團隊合作的統合能力。With leadership, communication, cooperation, coordination and team integration ability	•
Е	具備國際視野以及當前商管趨勢的掌握能力。With a global perspective and mastery of current management trends in business	

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

#### 授課進度表 Teaching Schedule & Content

週次Week	內容 Subject/Topics	備註Remarks
1	自我介紹與簡要瞭解行銷管理的本質	
2	行銷環境	
3	消費者市場與消費者行為(一)	
4	消費者市場與消費者行為(二)	
5	市場區隔、目標市場與定位(一)	
6	市場區隔、目標市場與定位(二)	
7	產品基本概念與產品屬性 (一)	

8	產品基本概念與產品屬性 (二)					
9	期中考試週 Midterm Exam					
10	新產品發展與產品生命週期 (一)					
11	新產品發展與產品生命週期 (二)					
12	推廣與整合行銷溝通 (一)					
13	推廣與整合行銷溝通(二)					
14	推廣工具					
15	行銷通路管理 (一)					
16	行銷通路管理(二)					
17	價格訂定					
18	期末考試週 Final Exam					
	教學策略 Teaching Strategies					
✓ 課堂講	受 Lecture					
其他Mis	scellaneous:					
	教學創新自評Teaching Self-Evaluation					
創新教學(]	Innovative Teaching)					
✓ 問題導「	向學習(PBL) ✓ 團體合作學習(TBL) ✓ 解決導向學習(SBL)					
翻轉教	翻轉教室 Flipped Classroom 磨課師 Moocs					
社會責任(Social Responsibility)						
✓ 在地實踐Community Practice						
跨域合作(Transdisciplinary Projects)						
□ 跨界教學Transdisciplinary Teaching □ 跨院系教學Inter-collegiate Teaching						
■ 業師合授 Courses Co-taught with Industry Practitioners						
其它 other	r: 					

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments									
配分項目		多元評量方式 Assessments							
Items	配分比例 Percentage	測驗 會考	實作 觀察	口頭 發表	專題 研究	創作 展演	卷宗 評量	證照 檢定	其他
平時成績(含出缺席) General Performance (Attendance Record)	10%								
期中考成績 Midterm Exam	30%								
期末考成績 Final Exam	40%								
作業成績 Homework and/or Assignments	20%								
其他 Miscellaneous ()									

評量方式補充說明

Grading & Assessments Supplemental instructions

### 教科書與參考書目(書名、作者、書局、代理商、說明)

Textbook & Other References (Title, Author, Publisher, Agents, Remarks, etc.)

行銷學原理7e

作者: 曾光華, 饒怡雲 出版社:前程文化

參考書

哈佛商業評論

課程教材網址(含線上教學資訊,教師個人網址請列位於本校內之網址)

Teaching Aids & Teacher's Website(Including online teaching information.

Personal website can be listed here.)

其他補充說明(Supplemental instructions)