

國立東華大學
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	113/2
課程名稱(英文) Course Name in English	Marketing Management				
科目代碼 Course Code	MGT_5401Z	系級 Department & Year	碩專	開課單位 Course-Offering Department	管理學院
修別 Type	必修 Required	學分數/時間 Credit(s)/Hour(s)		2.0/2.0	
授課教師 Instructor	/廖茲全				
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興趣，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				○
B	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				●
C	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				●
E	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

- ☒ 課堂講授 Lecture
 ☒ 分組討論 Group Discussion
 ☐ 參觀實習 Field Trip
☐ 其他 Miscellaneous:

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)
☐ 翻轉教室 Flipped Classroom
 ☐ 磨課師 Moocs

社會責任(Social Responsibility)

- ☒ 在地實踐 Community Practice
 ☐ 產學合作 Industry-Academia Cooperation

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:

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments									
配分項目 Items	配分比例 Percentage	多元評量方式 Assessments							
		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)									