

重新查詢

友善列印

0981學期 課程基本資料

| | | | |
|---------|------------|---------|----------------------|
| 系所 / 年級 | 休憩系碩士班 2年級 | 課號 / 班別 | 94M00012 / A |
| 學分數 | 3學分 | 選 / 必修 | 必修 |
| 科目中文名稱 | 行銷管理 | 科目英文名稱 | Marketing management |
| 主要授課老師 | 林宜欣 | 開課期間 | 一學年之上學期 |
| 人數上限 | 44 人 | 已選人數 | 21人 |

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / M521 / 星期5第02節
第1週 / 第18週 / M521 / 星期5第03節
第1週 / 第18週 / M521 / 星期5第04節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要

一、教學目標(Objective)

1. 促使同學瞭解行銷之基本理念。 2. 幫助同學瞭解行銷管理之重要性及其在實務上之應用。 3. 幫助同學由產業觀點來瞭解行銷管理之概念。 4. 教授同學分析行銷管理個案之技巧。 5. 培養同學口頭及書面報告之能力。

二、先修科目(Pre Course)

三、教材內容(Outline)

Kotler, P. & Keller, K. L. (2009), Marketing Management (13 ed.). 新月圖書代理.

四、教學方式(Teaching Method)

講授、研討、媒體運用

五、參考書目(Reference)

樓永堅(2007)行銷管理Marketing Management Text and Cases，智勝文化。
樓永堅·方世榮 (2006), 行銷管理學 (12 ed.). 新月圖書出版.

| | | |
|------------|--|-----|
| 2009/9/18 | 課程介紹 | 林宜欣 |
| 2009/9/25 | Ch.1 Defining marketing for the 21st century | 林宜欣 |
| 2009/10/2 | Ch.2 Developing marketing strategies and plans | 林宜欣 |
| 2009/10/9 | Case Studey 薰衣草森林 | 林宜欣 |
| 2009/10/16 | Ch.5 Creating customer value, satisfaction, and loyalty | 林宜欣 |
| 2009/10/23 | Ch.17 Designing and managing integrated marketing Communications | 林宜欣 |
| 2009/10/30 | 行銷專題演講 | 林宜欣 |

六、教學進度(Syllabi)

| | | |
|------------|--|-----|
| 2009/11/6 | Ch.6 Analyzing consumer markets | 林宜欣 |
| 2009/11/13 | Case Study 推出BMW Z3敞篷小跑車 | 林宜欣 |
| 2009/11/20 | Ch.8 Identifying market segments and targets | 林宜欣 |
| 2009/11/27 | Case Study 特易購量販 | 林宜欣 |
| 2009/12/4 | Ch.9 Creating brand equity | 林宜欣 |
| 2009/12/11 | Ch.12 Setting product strategy | 林宜欣 |
| 2009/12/18 | Case Study 劍湖山世界 | 林宜欣 |
| 2009/12/25 | 期末報告(1) | 林宜欣 |
| 2010/1/1 | 元旦放假 | |
| 2010/1/8 | 期末報告(2) | |
| 2010/1/15 | 期末考試 | |

七、評量方式(Evaluation)

1.文章討論 15% 2.個案研討 20% 3.期末報告 30% 4.期末考試 30% 5.出缺席及上課表現5%

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢