

重新查詢

友善列印

### 0982學期 課程基本資料

系所 / 年級	經管系 2年級	課號 / 班別	82U00004 / B
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	陳永信	開課期間	一學年之下學期
人數上限	60 人	已選人數	59人

### 起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / M513 / 星期1第07節  
第1週 / 第18週 / M513 / 星期1第08節  
第1週 / 第18週 / M513 / 星期1第09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)

透過講授教科書內容與相關資料研讀，使學生（一）瞭解行銷管理之基本概念；（二）深入探討行銷管理的執行過程；（三）洞悉行銷活動當前之趨勢及未來方向。以上均以「整合行銷」此一主題為核心主軸，藉此希冀學生能運用於實務工作上。

#### 二、先修科目(Pre Course)

#### 三、教材內容(Outline)

行銷管理 本課程涵蓋行銷管理之演進及趨勢，兼顧學術訓練及推行實務，為行銷學程最基礎且最重要之核心課程。

#### 四、教學方式(Teaching Method)

課堂講授，師生互動

#### 五、參考書目(Reference)

2010/2/22	第一篇 了解行銷管理	陳永信
2010/3/1	第二篇 掌握行銷內涵	陳永信
2010/3/8	第三篇 連結顧客 創造顧客價值、滿意度與忠誠度 分析消費者市場	陳永信
2010/3/15	第三篇 連結顧客 分析組織市場	陳永信
2010/3/22	第三篇 連結顧客 確認市場區隔與選擇目標市場	陳永信
2010/3/29	第四篇 建立強勢品牌 建立品牌權益 品牌定位	陳永信
2010/4/5	第四篇 建立強勢品牌 因應競爭	陳永信

六、教學進度(Syllabi)

2010/4/12	第五篇 形成產品策略 設定產品策略	陳永信
2010/4/19	期中考	陳永信
2010/4/26	第五篇 形成產品策略 設計並管理服務	陳永信
2010/5/3	第六篇 傳遞價值 設計與管理價值網路與行銷通路	陳永信
2010/5/10	第七篇 溝通價值 管理整合行銷溝通	陳永信
2010/5/17	第七篇 溝通價值 大眾溝通：廣告、促銷活動、活動事件與公共關係之管理	陳永信
2010/5/24	第七篇 溝通價值 人員溝通：直效行銷與人員銷售	陳永信
2010/5/31	第八篇 創造長期永續成長 開發新產品	陳永信
2010/6/7	第八篇 創造長期永續成長 設計全球市場策略	陳永信
2010/6/14	第八篇 創造長期永續成長 管理全面行銷組織	陳永信
2010/6/21	期末考	陳永信

七、評量方式(Evaluation)

平時考核40%，期中考30%，期末考30%

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢