

行銷管理課程大綱

開課系所	資管系
開課學年	105
開課學期	一
課程名稱	行銷管理
開課教師	王文良
課程概述	本課程安排多樣化學習參與活動，介紹世界知名企業的成功服務行銷策略，並結合本土服務業特色，培養同學服務行銷基本概念，激發高價值的服務行銷組合與優質價值的服務行銷傳遞能力。
課程大綱明細	<p>PART 1 設計顧客導向的行銷策略</p> <p>第 1 章 透過顧客關係創造顧客滿意度</p> <p>第 2 章 現代行銷的策略規劃</p> <p>第 3 章 行銷環境、倫理與社會責任</p> <p>第 4 章 社交媒體：生活在相互連結的世界</p> <p>第 5 章 電子商務：管理顧客經驗</p> <p>PART 2 了解購買者與市場</p> <p>第 6 章 消費者行為</p> <p>第 7 章 企業對企業行銷</p> <p>第 8 章 全球行銷</p> <p>PART 3 選擇目標市場</p> <p>第 9 章 市場區隔、選擇目標市場和定位</p> <p>第 10 章 行銷研究</p> <p>第 11 章 關係行銷與顧客關係管理</p> <p>PART 4 行銷組合決策</p> <p>第 12 章 產品與服務策略</p> <p>第 13 章 開發與管理品牌及產品類別</p> <p>第 14 章 行銷通路與通路商</p> <p>第 15 章 整合行銷溝通、廣告與公共關係</p>

	<p>第 16 章 人員銷售與促銷方案</p> <p>第 17 章 價格概念與定價策略第十八週 期末報告（暫定）</p>
參考書目	<p>書名：行銷管理 16e</p> <p>作者：張文賢譯</p> <p>年份：2015 年</p> <p>代理商：滄海圖書</p>
課程要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 專題分組報告 2. 期末考
評量方式	<p>課程出席及參與 20%、</p> <p>專題製作（含課堂報告及書面報告）30%、</p> <p>期末考 50%</p>
備註	<p>課程內容得視情況做適當的調整與更動</p>