

課程大綱 Course Syllabus

課程名稱：行銷管理 Marketing Management

國立清華大學通識教育中心

學期：108 年 上學期 (2019 秋)

學分：3 學分

教師：洪淑芳

nthu.barbara@gmail.com

■ 課程概述

本課程教學以三大架構為課程核心：

- (1) 講授行銷學之『理論基礎與知識』。
- (2) 講授『最新時勢之行銷議題』講授。
- (3) 依課程主題導入相關『個案探討』。

■ 本課程之教學目標：

- (1) 講授行銷知識理論並導入實務與個案，讓學生更進一步的認識行銷管理的核心課程。
- (2) 加入最新行銷議題，於課堂上說明並引導學生學習思考具創見的行銷思維。
- (3) 加入行銷個案，作為輔助教材，使學生易於從生活中了解行銷及全球脈動下的最新行銷議題與行銷趨勢。

■ 教學方式

- (1) 講授行銷管理理論 / 理論與實務、個案並用。
- (2) 精選個案分析。由同學分組個案報告/作業習作
- (3) 師生互動 Q&A。小組問題討論。**評量：**
 - 期中考試：25%
 - 學習報告：15%
 - 期末報告：40% (分組報告)

- 課程參與： 10%
- 出席率： 10%
- 成績送交學校前，會先通知學生確認成績。

■ 課程大綱：

課程週次	課程內容與進度
1	<ul style="list-style-type: none"> ● 課程大綱 ● 教學進度說明 / 課程規則與評量說明 ● 行銷的起步—認識行銷 ● 行銷個案導入
2	<ul style="list-style-type: none"> ● 高度競爭的行銷概念 ● 行銷個案導入
3	<ul style="list-style-type: none"> ● 行銷管理基本概念 -- 創造與獲取顧客價值 ● 行銷個案導入
4	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019 全球行銷趨勢 ● 行銷個案導入
5	<ul style="list-style-type: none"> ● 設計顧客驅動的行銷策略 ● 企業策略規劃與行銷策略概念形成 ● 行銷個案導入
6	<ul style="list-style-type: none"> ● 數位時代的行銷變革 ● 行銷個案導入
7	<ul style="list-style-type: none"> ● 從行銷環境到消費者需求 ● 行銷個案導入
8	<ul style="list-style-type: none"> ● 期中考
9	<ul style="list-style-type: none"> ● 手機的消費革命 ● 行銷個案導入

10 11	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品、服務與品牌策略 ● 新產品發展與創新管理 ● 品牌經營策略
12	<ul style="list-style-type: none"> ● 通路--如何進入市場- ● 通路與供應鏈管理通路策略- ● 行銷的通路變革
13	<ul style="list-style-type: none"> ● 定價策略--了解與獲取顧客價值 ● 行銷個案探討
14 15	<ul style="list-style-type: none"> ● 推廣策略--如何跟顧客溝通 ● 行銷個案探討
16	<ul style="list-style-type: none"> ● 期末報告 (團體分組)
17	<ul style="list-style-type: none"> ● 時尚行銷 ● 科技與時尚
18	<ul style="list-style-type: none"> ● 行銷課程綜合回顧 ● 行銷個案導入 ● 學習成績公佈
<p>暑假開始</p>	