

課程大綱 Course Syllabus

國立清華大學 通識教育中心

課程名稱：行銷管理 / Marketing Management

2023 秋季班 / 學分：3 學分

教師：洪淑芳

一、課程概述

本課程教學以四大架構為課程核心：

- (1) 講授行銷學之『理論基礎與知識』。
- (2) 依課程主題導入相關『個案探討』。
- (3) 加強數位時代的行銷變革
- (4) 行銷科技的知識與應用。

二、本課程之教學目標

- (1) 講授行銷知識，理論與實務，以個案導入行銷管理的核心課程。
- (2) 探討解說最新行銷議題，引導學生學習具創見的行銷思維。
- (3) 探討全球脈動下的最新行銷議題與趨勢。
- (4) 著重於數位時代的行銷科技應用。

三、教學方式

- (1) 講授行銷管理理論 / 理論與實務、個案並用。
- (2) 精選個案分析與教學導入。
- (3) 同學分組討論 / 作業 / Workshop。
- (4) 學習 Q&A。

■ 成績評量

- 課堂參與：10%
- 出勤狀況：15%
- 期中成績：35%
- 期末成績：40%

- 課程用書課程講義：採用老師製作的講義，置於數位學習平台。

■ 課程大綱：

週次	日期	教學進度與內容	
1	09/14	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷的起步—課程導入 ■ 行銷的基本 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 課程架構與進度說明 ■ 教學進度說明 ■ 課程規則與評量說明
2	09/21	<ul style="list-style-type: none"> ■ 最新行銷理論、策略與觀點 Part-1 ■ 行銷個案導入 	
3	09/28	<ul style="list-style-type: none"> ■ 教師節 	
4	10/05	<ul style="list-style-type: none"> ■ 數位時代的行銷變革-Part-1 ■ 行銷科技的趨勢與應用 ■ 數位行銷個案導入 	
5	10/12	<ul style="list-style-type: none"> ■ 數位時代的行銷變革 Part-2 ■ 行銷科技的趨勢與應用 ■ 數位行銷個案導入 	
6	10/19	<ul style="list-style-type: none"> ■ 了解及分析數位時代的行銷環境變革 ■ 了解數位時代的消費者消費變革 	
7	10/26	<ul style="list-style-type: none"> ■ 消費者與大數據分 ■ 顧客體驗行銷—創新商業新價值 	
8	11/02	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷與顧客關係管理 	
9	11/09	<ul style="list-style-type: none"> ■ 期中學習測驗 	
10	11/16	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷科技應用與商業模式 ■ 行銷個案導入 	

11	11/23	<ul style="list-style-type: none"> ■ 品牌建立、品牌經營 ■ 品牌建立與行銷應用--個案導入
12	11/30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 產品策略 ■ 產品組合管理 ■ 產品、服務與品牌決策
13	12/07	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通路變革 ■ 全通路時代、新零售進化論 ■ 通路個案探討
14	12/14	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷的訂價科學 ■ 訂價的策略與定價法 ■ 訂價的決策模型 ■ 數位時代的定價變革
15	12/21	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷科技的推廣應用 ■ 數位時代的推廣與廣告應用/目標消費者的促銷框架 ■ 社群媒體行銷/個案導入
16	12/28	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷之現在與未來 ■ 執行行銷的實務技能 ■ 行銷人才與未來工作技能需求 ■ 行銷充電/ 課程結束