

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
2024 春季班 / 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) 數位時代的行銷變革
- (4) 行銷演進的知識與應用。

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) 精選行銷個案分析與教學導入。
- (3) 同學分組作業 / Workshop。
- (4) 理論圖解、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。
- AI 使用規則：本課程無涉及 AI 使用 Not applicable

■ 課程大綱：

週次	日期	教學進度與內容	
1	02/22	課程導入 ■ 行銷的起步一 ■ 行銷的基本 ■ 行銷的演進	■ 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	02/29	■ 行銷理論、策略與觀點 Part-1 ■ 行銷個案導入	
3	03/07	■ 行銷理論、策略與觀點 Part-2 ■ 行銷個案導入	
4	03/14	■ 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	03/21	■ 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	03/28	■ 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	04/04	■ 清明節休課	
8	04/11	■ 顧客體驗行銷 ■ 數位時代的消費行為 ■ 行銷與顧客關係管理	
10	04/25	■ 期中學習測驗	
9	04/18	■ 行銷科技應用 ■ 創新商業模式與新價值 ■ 行銷個案導入	
11	05/02	■ 產品策略 ■ 產品組合管理 ■ 產品、服務與品牌決策品牌建立、經營與	

12	05/09	<ul style="list-style-type: none"> ■ 品牌建立與行銷應用--個案導入 ■ 品牌策略的行銷操作
13	05/23	<ul style="list-style-type: none"> ■ 數位時代的通路變革 ■ 全通路時代、新零售進化論 ■ 通路個案探討
14	05/30	<ul style="list-style-type: none"> ■ 數位時代的推廣與廣告知識 ■ 數位時代的推廣與廣知識與應用 ■ 社群媒體行銷 ■ 個案導入
15	06/06	<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 ■ 課程綜觀與總結
16	05/16	<ul style="list-style-type: none"> ■ 期末學習測驗