

**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 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) 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) 課程學習 Q&A。

■ 成績評量

- 課堂參與： 10%
  - 出勤成績： 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	09/05	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	09/12	■ 行銷理論、策略與觀點 Part-1 ■ 行銷個案導入	
3	09/19	■ 行銷理論、策略與觀點 Part-2 ■ 行銷個案導入	
4	09/26	■ 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	10/03	■ 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	10/10	國慶日	
7	10/17	■ 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	
8	10/24	■ 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	10/31	■ 行銷科技應用 ■ 創新商業模式與新價值 ■ 行銷個案導入	■ 期中學習作業
9	11/07	■ 產品策略 ■ 產品組合管理 ■ 產品、服務與品牌決策品牌建立與經營	
11	11/14	■ 品牌建立與行銷應用--個案導入 ■ 品牌策略的行銷操作	

12	11/21	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 品牌個案導入</li> <li>■ 顧客價值與品牌策略</li> <li>■ 行銷演進與顧客關係管理</li> </ul>
13	11/28	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 數位時代的通路變革</li> <li>■ 全通路時代、新零售進化論</li> <li>■ 通路個案探討</li> </ul>
14	12/05	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 數位時代的推廣與廣告知識</li> <li>■ 數位時代的推廣與廣知識與應用</li> </ul>
15	12/19	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>期末學習測驗</b></li> </ul>
16	12/12	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 行銷之現在與未來</li> <li>■ 執行行銷的實務技能</li> <li>■ 行銷人才與未來工作技能需求</li> <li>■ 課程綜觀與總結</li> </ul>

- AI 使用規則：本課程無涉及 AI 使用 / Not applicable