

106 學年度碩士班課程綱要

課程名稱：(中文) 行銷管理專題		開課單位	經營管理系
(英文) Topics on Marketing Management		課程代碼	22800X
可授課教師：李文玄、虞邦祥、孫儷芳			
學分數/時數	3/3	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	年級/學期
1/1			
先修科目或先備能力：無			
課程目標：藉由課堂講授與分組討論，建立學生對於行銷管理的基礎概念，並輔以行銷管理個案討論，以加深學生學習效果，以期將理論與實務融會貫通。			
科目性質： (可複選)	<input type="checkbox"/> 基礎科目 <input type="checkbox"/> 功能性科目 <input type="checkbox"/> 分析性科目 <input checked="" type="checkbox"/> 整合性科目 <input type="checkbox"/> 問題導向學習性科目(PBL)		
課程簡介：傳授行銷實務企劃步驟與程序，包括市場資料蒐集、市場區隔、目標選定、產品定位、行銷組合規劃等內容			
教科書	Marketing Principles & Best Practices 3e Hoffmand, Czinkota etc.		
參考書	Case studies on International Business, 2/e, Paul Tseng		
E化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)		
教學方法 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 理論講授、 <input checked="" type="checkbox"/> 實務講授、 <input checked="" type="checkbox"/> 個案分析、 <input type="checkbox"/> 企業參訪、 <input type="checkbox"/> 業師協同、 <input type="checkbox"/> 遠距教學、 <input checked="" type="checkbox"/> 分組實作、 <input type="checkbox"/> 課堂練習、 <input type="checkbox"/> 演講、 <input type="checkbox"/> 其它_____		
評量方法 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 筆試、 <input checked="" type="checkbox"/> 實作(作業)、 <input checked="" type="checkbox"/> 書面報告、 <input checked="" type="checkbox"/> 口頭簡報、 <input type="checkbox"/> 競賽、 <input type="checkbox"/> 其它_____		
課程綱要		培育之核心能力	
單元主題	內容		
情況分析	市場需求評估、產業競爭分析等	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 溝通整合 <input type="checkbox"/> 倫理態度	
目標市場與產品定位	市場區隔、目標市場選擇、品牌定位等	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 溝通整合 <input type="checkbox"/> 倫理態度	
行銷組合設計	產品、定價、通路、促銷等策略	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 溝通整合 <input type="checkbox"/> 倫理態度	
個案解析	國內、外行銷實務個案介紹與分析	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 溝通整合 <input type="checkbox"/> 倫理態度	
行銷企劃實務演練	配合一年一度系內舉辦之創意行銷競賽內容，分組執行完整之行銷策略規劃	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input checked="" type="checkbox"/> 自主學習 <input checked="" type="checkbox"/> 溝通整合 <input checked="" type="checkbox"/> 倫理態度	
檢核具備核心能力方式：			

- 基礎專業知識:透過課堂詢答、小考與期中考檢核。
- 團隊合作:透過小組活動單、期末行銷競賽之計畫書分工、上台簡報之分工檢核。其中書面計畫書需符合業界專家評審要求之項目與內容；上台需每位組員都有角色，並列入評分。
- 問題解決:課堂詢答、期末依廠商實際面需求提出具體可行的解決方案競賽
- 溝通整合:小組活動、課堂詢答、期末競賽之問題與答辯時段之表達。
- 自主學習:期末競賽之行銷企劃書撰寫、期末競賽上台表現都需要學生自主學習，課堂教材僅是材料需要學生整合串連，檢討邏輯性、可行性。
- 倫理態度:所有考試、比賽之企畫書、口頭報告可參考但需註明出處，否則不予給分。同時嚴格要求遵守繳交期限，以培養敬業態度。
- 教師透過以上的評量要求，依課堂小考、課間詢答、期中考、期末競賽檢核學生是否具備本課程欲培育的核心能力。

檢核具備核心能力方式：

方式	內容	配分(%)			
		進階專業知識	50	團隊合作	20
個案研討 40%	1. 搭配各單元的相關理論與實務，以分組方式進行個案討論 2. 透過個案研討，確認學生理解行銷管理專題之專業知識與倫理態度，培養學生具備團隊合作及應用專業解決問題的能力。	問題解決	20	自主學習	
		溝通整合		倫理態度	10
		進階專業知識	20	團隊合作	15
期中報告 30%	1. 各組自選行銷管理專題進行研究，並於期中時進行初步審查，瞭解各組學生對所欲研究議題的掌握程度及初步研究情況。 2. 對各組的專題報告進行指導與糾正，確認學生能使用正確的專業知識、倫理態度與研究工具，分析行銷管理議題，確保專題研究的執行品質。	問題解決	20	自主學習	20
		溝通整合	15	倫理態度	10
		進階專業知識	20	團隊合作	15
期末報告 30%	1. 各組進行行銷管理專題的期末報告發表，由授課教師與修課同學共同進行審查。 2. 瞭解各組學生對所研究行銷管理專題的掌握程度及研究成果，確認學生使用正確的專業知識、倫理態度與研究工具，深入分析研究議題，並使之具備自主學習、團隊合作與溝通整合能力。	問題解決	20	自主學習	20
		溝通整合	15	倫理態度	10
		進階專業知識	20	團隊合作	15

檢核標準：

幾乎能展現：A~A+、能展現 75%水準：B~B+、能展現 60%水準：C~C+、僅能展現 60%以下水準：F~D

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】

填表教師_____

審查教師_____

模組召集人_____

系主任_____