



《尊重智慧財產權，請使用正版教科書，勿非法影印書籍及教材，以免侵犯他人著作權》

開課班級：碩專高階一

授課老師：張慧珍,沈慶龍,蔡展維

學分數: 3

課程大綱:

本課程將以企業投入部門、產品生產與加工部門、及食品部門等三大部門之行銷管理學與技術作一深入探討。其中包括：行銷規劃、市場區隔、行銷組合、產品的行銷特質、運銷職能、運銷成本、運銷制度、消費市場之變化、國際貿易等；本課程以討論方式進行。

outline:

This course targets at the theory and technique of marketing management for the department of the agricultural inputs, farming and agricultural product processing, and food marketing agribusiness. The content investigates the marketing planning, market segmentation, marketing mix, marketing attributes of agricultural products, marketing functions, marketing costs, marketing system, changes of consumer market, and international trade. The course is in a free discussion format.

教學型態:

課堂教學+小組討論

成績考核方式:

平時成績:40%
期中考:30%
期末考:40%
其它:讀書報告40% ;
個案解析40% ;
課堂討論與出席20% %

本科目教學目標:

- 1.培育符合區域產業需求之高階經營管理人才。
- 2.培育具因應經濟環境變遷與產業規劃能力之領導人才。
- 3.以多元及跨領域專業學習強化策略分析決策能力。
- 4.以重視理論與實務結合為發展策略，提升在職回流者充實經營管理能力。
- 5.以學生來源與經驗多元化為基礎，重視學生產業與工作體驗交流交換。
- 6.培育學生具管理知識與科技整合且具核心價值分析能力。

參考書目:



課程進度表：

週次	起訖月日	授課單元(內容)	備註
第1週	2.21~2.28	課程簡介、行銷核心概念	8日正式上課。8~12日課程加退選，轉學(系)生、復學生及延修生選課，雙主修、輔系申請，12日申辦抵免學分截止日
第2週	2.28~3.07	行銷規劃程序	
第3週	3.07~3.14	市場區隔化、目標市場選擇與定位策略	28日(日)孔子誕辰紀念日/教師節(放假),29日(一)補假
第4週	3.14~3.21	產品與訂價策略	29日成績優異提前畢業者提出申請截止日
第5週	3.21~3.28	溝通與通路策略	6日(一)中秋節(放假)，10日(五)國慶日(放假)
第6週	3.28~4.04	清明節連續假期	14日學生宿舍安全輔導暨複合式防災疏散演練。18日多益測驗
第7週	4.04~4.11	疫後社群媒體與行銷	24日(五)補假，25日(六)光復暨古寧頭大捷日(放假)。
第8週	4.11~4.18	品牌行銷與粉絲經濟學	30日校課程委員會
第9週	4.18~4.25	期中考週	3~9日期中考試
第10週	4.25~5.02	服務業之新型行銷模式	13日教務會議,16日教師期中成績上網登錄截止日
第11週	5.02~5.09	飯店經理人行銷實務分享-義大皇家吳經理	
第12週	5.09~5.16	品牌基礎概念	24~28體育運動週。24日校園路跑。27日運動大會夜間開幕，28日運動大會活動，29日101週年校慶活動日，照常上班
第13週	5.16~5.23	產品定位與品牌定位	
第14週	5.23~5.30	品牌元素	12日申請停修課程截止日
第15週	5.30~6.06	端午節連續假期	
第16週	6.06~6.13	品牌形象與品牌聯想	22日校務會議。25日行憲紀念日(放假)
第17週	6.13~6.20	整合行銷溝通	1日(四)開國紀念日(放假)
第18週	6.20~6.27	期末考週	5~11日期末考試，10~11日學生退宿