



《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：四時尚一A

授課老師：徐秀如

學分數：3

課程大綱：

了解紡織及服裝工業與行銷的關係。學習發展，促銷，廣告與零售技巧之需求，以便學生能成功進入就職市場。主要目的是整合其創造力和服裝產業的商業型態，結合專業的流行教育及結實的行銷與管理的背景。

outline:

Fashion Marketing investigates the relationship between fashion industry and marketing. Learning the development, promotion, advertising, and retailing skills needed to enter the marketplace and succeed. The major integrates the creative and business aspects of the Fashion industry, combining a specialized education in Fashion with a solid background in Marketing and Management.

教學型態：

課堂教學+小組討論

成績考核方式：

平時成績:5%
期中考:30%
期末考:35%
其它:出缺勤Attendance
10%、20%專題報告%

本科目教學目標：

有系統地探討行銷管理理論及其應用於時尚產業，強調重要觀念的解析，並以國內外時尚產業實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。

參考書目：

作者:曾光華，書名:行銷管理：理論解析與實務應用，出版社:前程文化事業股份有限公司



課程進度表：

週次	起訖月日	授課單元(內容)	備註
第1週	2.19~2.25	課程緒論	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	2.26~3.03	第1章：瞭解行銷管理的本質	
第3週	3.04~3.10	第5章：透視行銷環境	28日(日)孔子誕辰紀念日/教師節(放假),29日(一)補假
第4週	3.11~3.17	第7章：分析消費者行為	29日成績優異提前畢業者提出申請截止日
第5週	3.18~3.24	第8章：分析組織購買行為	6日(一)中秋節(放假)，10日(五)國慶日(放假)
第6週	3.25~3.31	各組報告(範圍:服飾賣場、公司歷史及經營理念、文獻資料)	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	4.01~4.07	放假	24日(一)補假，25日(六)光復暨古寧頭大捷日(放假)。
第8週	4.08~4.14	第10章：發展市場區隔、目標市場與定位	30日校課程委員會
第9週	4.15~4.21	期中考試	3~9日期中考試
第10週	4.22~4.28	第11章：管理產品與推出新產品	13日教務會議,16日教師期中成績上網登錄截止日
第11週	4.29~5.05	第12章：經營品牌	
第12週	5.06~5.12	第14章：制訂價格	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	5.13~5.19	各組報告(範圍:目標市場、服飾商品分類、服飾定價範圍)	
第14週	5.20~5.26	第15章：建設行銷通路、第16章：管理零售、批發與物流	12日申請停修課程截止日
第15週	5.27~6.02	第17章：發展整合行銷溝通	
第16週	6.03~6.09	第18章 管理大眾溝通、第19章管理客製化與互動式溝通	22日校務會議。25日行憲紀念日(放假)
第17週	6.10~6.16	各組報告(範圍:服飾配銷通路、服飾促銷、行銷策略)	1日(四)開國紀念日(放假)
第18週	6.17~6.23	期末考試	5~11日期末考試，10~11日學生退宿