



《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: 四應外三A

授課老師: Charles M. Papa

學分數: 2

課程大綱:

本課程之教學目標如下: 1. 使學生了解行銷學的基本知識與理論，2.

培養學生具備職場上行銷人員所需之基本素養，3.

培養學生具備行銷人員所具備之專業態度與精神，4.

培養學生具備行銷人員所具備之專業知識和技能。課程中將針對行銷學之基本理論概述、行銷學之策略運用、需求評估、市場調查分析和消費者行為等議題加以討論並於課程中適時加入行銷學之策略運用之分組模擬活動。

outline:

This course will assist students in understanding the fundamental theories, knowledge, and skills of marketing, and to cultivate their understanding of consumer and business behavior. This course will cover developing a marketing strategy involving segmentation, targeting, positioning and differentiation. Topics covered include market research, business marketing, product development, distribution strategies, pricing strategies, and promotion including advertising, public relations, and personal selling.

教學型態:

課堂教學

成績考核方式:

平時成績:30%

期中考:30%

期末考:30%

其它:10%, participation%

本科目教學目標:

本著理論與實務並重之精神，配合國家全球化目標及業界需求，培育學生具備

1.外語專業知識及實務能力。 2.人文素養及社會關懷能力。 3.國際觀及參與國際事務能力。

參考書目:

Marketing: An Introduction Armstrong and Kotler (Any recent edition 12e to 15e)

<https://eshop.hwatai.com.tw/SalePage/Index/7968586>



課程進度表：

週次	起訖月日	授課單元(內容)	備註
第1週	9.08~9.15	Unit 1	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	9.15~9.22	Unit 1	
第3週	9.22~9.29	Unit 1	28日(日)孔子誕辰紀念日/教師節(放假),29日(一)補假
第4週	9.29~10.06	Unit 2	29日成績優異提前畢業者提出申請截止日
第5週	10.06~10.13	Unit 2	6日(一)中秋節(放假)，10日(五)國慶日(放假)
第6週	10.13~10.20	Unit 2	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	10.20~10.27	Unit 3	24日(五)補假，25日(六)光復暨古寧頭大捷日(放假)。
第8週	10.27~11.03	Unit 3	30日校課程委員會
第9週	11.03~11.10	Midterm	3~9日期中考試
第10週	11.10~11.17	Unit 4	13日教務會議,16日教師期中成績上網登錄截止日
第11週	11.17~11.24	Unit 4	
第12週	11.24~12.01	Unit 5	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	12.01~12.08	Unit 6	
第14週	12.08~12.15	Unit 7	12日申請停修課程截止日
第15週	12.15~12.22	Unit 8	
第16週	12.22~12.29	Unit 9	22日校務會議。25日行憲紀念日(放假)
第17週	12.29~1.05	Unit 10 Quiz over units 3-?	1日(四)開國紀念日(放假)
第18週	1.05~1.12	Final Exam	5~11日期末考試，10~11日學生退宿