國立台灣科技大學 114學年 第2學期　課程大綱

Spring 2026 NTUST Course Outline

授課教師：盛麗慧

Instructor:Li-Huei Sheng

課程名稱：行銷管理

Course Title：Marketing Management

2026/11/3

課程代號： MG5402701 Course Code 學分數： 3 Credits	必選修：選修/半學年 Required/Electve:Elective/Half Yr. 先修課程： Prerequisites
節次教室： Time/Location	FA(MA-206) FB(MA-206) FC(MA-206)
專業核心能力： Core Professional Competencies	
課程網址： Course Website	
課程宗旨： Course Objectives	行銷活動為現代企業經營中非常重要的一環，行銷之良窳常為企業經營成敗的關鍵所在。本課程旨在探討行銷的基本概念，行銷環境與機會分析，以及行銷組合策略之規劃與執行。 1.行銷概論 2.行銷環境分析與行銷資訊系統 3.消費者行為，組織購買行為 4.產品、價格、促銷、通路策略 5.個案研討 1.Marketing: Creating and Capturing Customer Value 2.Analyzing the Marketing Environment 3.Consumer-Driven Marketing Strategy 4.Products, Services, and Brands: Building Customer Value 5.New Product Development and Product Life-Cycle Strategies 6.Pricing: Understanding and Capturing Customer Value 7.Pricing Strategies 8.Marketing Channels: Delivering Customer Value 9.Retailing and Wholesaling 10.Communicating Customer Value: Integrated Marketing Communications Strategy 11.Advertising and Public Relations 12.Personal Selling and Sales Promotion
課程大綱： Outline of Lectures	行銷活動為現代企業經營中非常重要的一環，行銷之良窳常為企業經營成敗的關鍵所在。本課程旨在探討行銷的基本概念，行銷環境與機會分析，以及行銷組合策略之規劃與執行。 1.行銷概論 2.行銷環境分析與行銷資訊系統 3.消費者行為，組織購買行為 4.產品、價格、促銷、通路策略 5.個案研討
授課方式： Method of Instruction	講授 Lecture：% 分組討論 Group discussion：% 案例研討 Case study：% 操做練習 Practical exercises：% 講授 Lecture：%

教科書： Textbooks
參考書目： References
修課須知： Notice
評量方式： Grading
備註說明： Notes