

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

2026/5/6

<p>課程代號： MG5402701 Course Code 學分數： 3 Credits</p>	<p>必選修：選修/半學年 Required/Elective:Elective/Half Yr. 先修課程： Prerequisites</p>
<p>節次教室： FA(MA-206) FB(MA-206) FC(MA-206) Time/Location</p>	
<p>專業核心能力： Core Professional Competencies</p>	
<p>課程網址： Course Website</p>	
<p>課程宗旨： Course Objectives</p> <p>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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <ol style="list-style-type: none"> 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 	
<p>課程大綱： Outline of Lectures</p> <p>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。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 	
<p>授課方式： Method of Instruction</p> <p>講授 Lecture：%</p> <p>分組討論 Group discussion：%</p> <p>案例研討 Case study：%</p> <p>操做練習 Practical exercises：%</p> <p>講授 Lecture：%</p>	

教科書：
Textbooks

參考書目：
References

修課須知：
Notice

評量方式：
Grading

備註說明：
Notes