

國立金門大學

教學綱要

部別：日間部學士班

114學年度第2學期

列印日期：
2026/01/21

科目名稱：行銷管理(二)
(Marketing Management II)

開課班級：學分：授課時數
企管一甲 2.0 : 2.0

授課教師：蔡亮

必選修：必修

1. 教學目標

幫助同學了解行銷知識，學習企業如何透過行銷活動，與顧客建立長久並有回報的關係。並可將商業市場中的行銷管理活動，做實務性的分析和討論，作為將來應用和發展行銷活動的基礎。

2. 教學綱要

1. 行銷管理概論
2. 洞察行銷資訊與環境趨勢
3. 掌握市場機會
4. 提升產品價值
5. 活絡產品流通
6. 展現產品價值
7. 落實行銷理想

3. 教科書

書名：行銷學

1 出版日期：年 月

作者：廖淑伶、陳水蓮 出版社：普林斯頓 版本：

書名：行銷管理

2 出版日期：年 月

作者：曾光華 出版社：前程 版本：

書名：

3 出版日期：年 月

作者： 出版社： 版本：

無參考書資料。

※請遵守智慧財產權觀念，依著作權法規定，教科書及教材不得非法影印與使用盜版軟體。

5. 教學進度表

週次	日期	內容	備註
1	2026/02/22—2026/02/28	課程介紹	
2	2026/03/01—2026/03/07	第11章：管理定價與促銷	
3	2026/03/08—2026/03/14	第12章：管理行銷溝通	
4	2026/03/15—2026/03/21	第13章：在數位時代設計整合行銷活動	
5	2026/03/22—2026/03/28	第14章：人員銷售與直效行銷	
6	2026/03/29—2026/04/04	第15章：配銷通路的设计與管理	
7	2026/04/05—2026/04/11	春假	
8	2026/04/12—2026/04/18	期中考	
9	2026/04/19—2026/04/25	第16章：管理零售	
10	2026/04/26—2026/05/02	期末行銷大會計畫書報告初稿	
11	2026/05/03—2026/05/09	第17章：競爭與成長	
12	2026/05/10—2026/05/16	第18章：新產品開發	
13	2026/05/17—2026/05/23	第19章：建立顧客忠誠	
14	2026/05/24—2026/05/30	第20章：開拓全球市場	
15	2026/05/31—2026/06/06	期末行銷大會成果報告(繳交期末報告)	
16	2026/06/07—2026/06/13	期末考	
17	2026/06/14—2026/06/20	自主學習	
18	2026/06/21—2026/06/27	自主學習	

6. 成績評定及課堂要求

課堂表現和個人報告30% 期中考20% 期末考20% 期末報告30% 期中考和期末考包括選擇題、簡答題與申論題。期末行銷大會計畫書報告、期末報

告，五個人一組，執行期末行銷大會，報告分為計畫書、執行進度和成果報告三部分。每次報告，每組報告時間10分鐘。課程結束時，繳交20-30頁的成果報告書(A4大小，雙面列印，12號字，1.15倍行距)。

1. 主動踴躍參與課堂活動，包括發問、討論、個案研討等等 2. 上課時間尊重老師授課活動，並且不干擾或損害其他修課同學上課的權益 3. 積極參與分組計畫執行與報告 4. 對於身心不便的同學給予適當的協助 5. 準時上課，請假三次(含公假)以上者，期中、期末扣考 6. 準時交報告，逾時不收，該作業以零分計算。

8. 永續發展目標(SDGs)：SDG12 責任消費及生產

9. 大學社會責任(USR)關聯性：中