

## 行銷管理實務與社會

授課教師	劉鎮評		
行動電話	0921-338979	常用聯絡方式	liou28@yahoo.com.tw

### 課程目標 (Course Objectives)

台灣社會歷經數十年的努力造就的經濟奇蹟，固然由於台灣人民的刻苦耐勞精神，加上民主化、自由化、資訊化與國際化的成功，但不可否定我國中小企業之發展，對台灣經濟成功的背後所提供資源的重要性。台灣企業的發展中如何把產品行銷出去，行銷管理是非常重要的。是故，行銷活動會影響一國產值、經濟之發展、政治之穩定與社會之安定，此仍咱們社會科學所關心的議題。

我從事銀行業 42 年，經歷過 1997 亞洲金融風暴與 2008 年雷曼兄弟投資銀行違約事件，造成全球金融風暴，金融風暴中企業穩健與否對社會影響非常大。我以多年的實務經驗積累，對本課程以實務面教授行銷實務與社會學相關議題，相信同學會有所收穫。

### 課程內涵 (Course Contents)

台灣是海島型國家，進出口貿易與企業行銷管理議題息息相關。隨著全球化與創新，當代社會處於資訊知識經濟時代。企業的發展過程中除生產外人力資源與行銷管理，對企業擴大再生產，使企業不斷的成長是重要的關鍵。社會學系的學生畢業後，到職場不論企業或個人，行銷是一門重要的課程，對外行銷與對內行銷多很重要，如此才能發個人的潛能。涂爾幹的分工論所提到的當代社會是多元化，且分工的社會，行銷管理在微觀的企業生存與否佔重要角色。

上課內容，在理論為基礎下，以實務導向，對當代社會國內外數十個個案加以討論，相信修完本課程可對行銷 4p 實務有相當的了解。同學畢業到職場很大幫助。

### 主要參考書籍/資料(Textbooks and References)

行銷學第五版，林建煌，華泰文化股份有限公司。訂書專線:張維峻 0919-388237  
行銷管理實務個案分析第三版，戴國良，五南圖書出版公司。訂書專線:王裕泰 0923-298128

課程安排:一、行銷學，每週一章授課與討論。 二、實務個案，每週三案分組討論。 三、期中考與期末心得報告。 四、本課程注重出席率與報告

課程其他要求: 請同學上課勿滑手機與睡覺