

ADBIM | 企業管理學高等文憑課程

Advanced Diploma in Business Management Programme

科目名稱	: 市場管理
科目編號	: 31
基本科/選修科/必修科	: 選修科
資歷架構級別	: 4
資歷學分	: 10
上課模式	: 章節形式
面授時數	: 30 小時

課程簡介

市場管理集中闡述各種市場營運技巧的整合運用，以便作為基本課程上進一步的訓練。並會特別著重有關市場管理的手法，包括計劃，控制，策略設計和決策方式等的討論。

課程目標

本課程旨在使學員：

1. 了解市場管理的基本概念和理論。
2. 熟習如何根據實用的架構，組織和展示市場計劃。
3. 完成課程後可以改進分析技巧，並擴闊有關市場管理於機構中的視野。

課程學習成果 (CILO)

完成課程後，學員應能：

- CILO 1： 評論市場決策者在市場需求和與顧客建立關係中所扮演的角色；
- CILO 2： 評估機構在面對主要市場趨勢時如何影響其對消費者提供服務的能力；
- CILO 3： 能指出機構在決策過程中所使用各種決策工具的作用，如環境分析、市場分析、投資組合分析、預測性分析等；
- CILO 4： 運用市場學的概念及理論分析商業環境，並作出適當的決策；及
- CILO 5： 對市場管理有深層認識，能站於企業者的角度以分析市場管理。

衡量學習成果

1. 期終考試主要測試學員對市場管理的概念和理論的理解。[CILO 1-5]
2. 課堂、個人個案分析及建議、個人或小組討論和小組案例分析報告評核學員能否運用所學的概念和理論作分析和決策。[CILO 1-5]
3. 口頭簡報評核學員能否簡潔和有系統地呈報個案討論的論點和建議。
[CILO 1-5]

課程內容

第 1 章	市場學入門 + 營銷環境 個案討論
第 2 章	市場劃分 個案討論
第 3 章	消費者市場 + 工商業市場 個案討論
第 4 章	分銷途徑 個案討論
第 5 章	定價策略 個案討論
第 6 章	產品策略 個案討論
第 7 章	推廣策略 + 互聯網市場推廣 個案討論
第 8 章	市場資訊系統 + 市場控制 個案討論
第 9 章	國際市場 小組案例分析報告及簡報
第 10 章	關係市場學 小組案例分析報告及簡報

教學方法 / 課堂活動

本課程會通過研討，角色扮演，小組習作等營造有活力和實際的學習環境，使學員能學以致用。學員需閱讀指定課本和參考資料，並充分參與課堂討論。

評核方法

個人個案分析及建議	:	15%
課堂參與	:	10%
小組案例分析報告及口頭簡報	:	25%
期終考試	:	50%
總分	:	100%

課本

2001. *市場學概論* 第二版 香港: 中文大學出版社

參考課本

1. Ritchie, K. 譯者: 許梅芳 X *世代行銷大法* 台灣: 流遠出版
2. 冼日明; 游漢明主編 *市場營銷啓示錄* 香港: 商務印書館
3. 楊維富主編 *成功行銷的典範* 香港: 中華書局
4. 蕭富峰, *行銷實戰讀本* 台灣: 流遠出版
5. 葉保強; 陳志輝, *商亦有道* 香港: 中華書局

單元學時和資歷學分計算表

	學習成果	授課 時數 (a)	自修 時數 (b)	總 時數 (a+b)	
教與學活動					
1	講課	CILO 1-5	24.5	49	73.5
2	導修課				
3	實習課 (實驗課、工作坊等)				
4	網上、遙距及混合模式學習				
5	見習／工作安排／實習				
6	其他				
評估					
7	練習 (個人作業)	CILO 1-5		6	6
8	專題研習	CILO 1-5	4	12	16
9	測驗／考試／評估活動	CILO 1-5	2.5		2.5
10	其他 (課堂參與)		1		1
總學時					99
資歷學分 = 總學時 / 10					10