



管理科學學院

工商管理學士學位課程 ( 博彩與娛樂管理 )

學科單元/科目大綱

學年	2023/2024	學期	第二學期
學科單元/科目編號	MRKT2100		
學科單元/科目名稱	市場學		
先修要求	--		
授課語言	中文		
學分	3	面授學時	45
教師姓名	賴嘉偉	電郵	ivanlai@mpu.edu.mo
辦公室	氹仔珍禧樓 P242	辦公室電話	88936212

學科單元/科目概述

本學科單元概要介紹市場營銷，包括戰略營銷過程中，尋求市場機會，通過環境分析，市場細分和目標市場選擇和營銷組合的發展。本學科單元也包括產品介紹，價格，整合營銷傳播和營銷管道，社會變化和未來發展等問題。本學科單元旨在幫助學生瞭解和運用現代營銷的基本概念，以及在各種商業環境中的應用。學科單元廣泛採用現實情境的例子和課堂活動，說明市場營銷學原理如何深刻地影響著工作崗位和社會。

學科單元/科目預期學習成效

完成本學科單元/科目，學生將能達到以下預期學習成效：

M1.	明白市場營銷的理論與挑戰；
M2.	瞭解市場環境及規劃營銷戰略；
M3.	進行市場細分及確立市場定位；
M4.	制定營銷組合策略；
M5.	設計市場營銷計劃。



有關預期學習成效促使學生取得以下課程預期學習成效：

課程預期學習成效	M1	M2	M3	M4	M5
P1. 掌握基礎及專業知識和理論，擁有多學科視野和理論素養	✓	✓	✓	✓	
P2. 批判和創新地認知、理解及分析博彩和娛樂管理領域的課題		✓			
P3. 掌握和運用一系列可轉移的通用技巧		✓	✓	✓	✓
P4. 分析博彩與娛樂專業領域及日常工作中的複雜問題	✓				
P5. 專業而能幹地做好企業的策劃、組織、領導、掌控和發展的工作	✓	✓	✓	✓	✓
P6. 持守專業的遵規守法、道德操守及社會責任等倫理價值				✓	✓

### 教與學日程、內容及學習量

週	涵蓋內容	面授學時
1	營銷管理導論	3
2	顧客價值和關係	3
3	營銷環境	3
4	消費者市場	3
5	市場區隔和目標市場	3
6	行銷戰略	3
7	產品生命週期	3
8	開發新的產品市場	3
9	建立產品和品牌戰略	3
10	定價戰略與方案	3
11	管理零售、批發和市場物流	3
12	管理整合行銷傳播	3
13	管理廣告和銷售促進	3
14	公共關係和直接行銷	3
15	期末考試	3



## 教與學活動

修讀本學科單元/科目，學生將透過以下教與學活動取得預期學習成效：

教與學活動	M1	M2	M3	M4	M5
T1. 課堂講授	✓	✓	✓	✓	
T2. 小組討論	✓	✓	✓	✓	✓
T3. 小組項目		✓	✓	✓	✓

## 考勤要求

考勤要求按澳門理工大學《學士學位課程教務規章》規定執行，未能達至要求者，本學科單元/科目成績將被評為不合格（“F”）。

## 考評標準

修讀本學科單元/科目，學生需完成以下考評活動：

考評活動	佔比 (%)	所評核之 預期學習成效
A1. 作業	15	M1,M2,M3,M4
A2. 小組項目報告	15	M2,M3,M4,M5
A3. 中期考試	20	M1,M2,M3
A4. 期末考試	50	M1,M2,M3,M4,M5

有關考評標準按大學的學生考評與評分準則指引進行（詳見 [www.mpu.edu.mo/teaching\\_learning/zh/assessment\\_strategy.php](http://www.mpu.edu.mo/teaching_learning/zh/assessment_strategy.php)）。學生成績合格表示其達到本學科單元/科目的預期學習成效，因而取得相應學分。



## 評分準則

本學科單元的評估方法包含對學習過程的持續性評估 ( 50% ) 和期末考試 ( 50% ) 。

1、下表為學科單元預期學習果效與對應評核方法之總體評核標準：

期學習果效 (MILOs)	評核方法	優異 A、A- (88-100 分)	優良 B+ (83 – 87)	良好 B、B- (73 – 82)	平均 C+、C、C- (58-72 分)	合格 D+、D (50-57 分)	不合格 F (0-49 分)
明白市場營銷的理論與挑戰。	作業/ 中期考試 / 期末考試。	能夠清晰、全面地闡述市場營銷的理論與挑戰。	能夠準確清晰、全面闡述市場營銷的理論與挑戰。	能夠大致清晰、全面闡述市場營銷的理論與挑戰。	能夠闡述市場營銷的理論與挑戰。	能夠少量列舉市場營銷的理論與挑戰。	不能瞭解市場營銷的理論與挑戰。
瞭解市場環境及規劃營銷戰略。	作業/ 小組項目報告/ 中期考試 / 期末考試。	能清晰、全面地闡述市場環境及規劃營銷戰略。	能夠準確清晰、全面地闡述市場環境及規劃營銷戰略。	能夠大致清晰、全面闡述市場環境及規劃營銷戰略。	能夠闡述市場環境及規劃營銷戰略。	能夠少量列舉市場環境及規劃營銷戰略。	不能瞭解市場環境及規劃營銷戰略。
進行市場細分及確立市場定位。	作業/ 小組項目報告/ 中期考試 / 期末考試。	熟練地進行市場細分及確立市場定位。	較好地進行市場細分及確立市場定位。	能進行市場細分及確立市場定位。	基本會進行市場細分及確立市場定位。	簡單地進行市場細分及確立市場定位。	無法進行市場細分及確立市場定位。



制定營銷組合策略。	作業/ 小組項目報告/ 中期考試 / 期末考試。	熟練地制定營銷組合策略。	較好地制定營銷組合策略。	能制定營銷組合策略題。	基本會制定營銷組合策略。	簡單地制定營銷組合策略。	無法制定營銷組合策略。
設計市場營銷計劃。	作業/ 小組項目報告/ 期末考試。	熟練地設計市場營銷計劃。	較好地設計市場營銷計劃。	能設計市場營銷計劃。	簡單地設計市場營銷計劃。	簡單地設計市場營銷計劃。	無法設計市場營銷計劃。

2、課堂參與及作業：要求學生能夠積極地參與到課堂講授、討論及指導等教學活動中；並在此過程中根據學生參與的數量和質量對學生進行學習果效的評估。此外，學生亦需要完成教師佈置的課堂及課後作業，以培養學生運用本學科單元相關知識的能力，教師根據作業的完成情況對學生的學習果效進行評估，並根據需要適時對學生進行反饋。

課堂參與及作業評分標準：

優異 A、A- (88-100 分)	優良 B+ (83-87 分)	良好 B、B- (73-82 分)	平均 C+、C、C- (58-72 分)	合格 D+、D (50-57 分)	不合格 F (0-49 分)
課堂出勤率至少 90% 及以上；對課堂學習內容有非常充分的準備，能夠非常專注地參與課堂學習，非常積極地參與課堂討	課堂出勤率至少 85% 及以上；準備了課堂學習的絕大部分內容，專注地參與課堂學習，積極地參與課堂討論。課堂討論的	課堂出勤率至少 80% 及以上；準備了課堂學習的大部分內容，較為專注地參與課堂學習，較為積極地參與課堂討論。課堂討	課堂出勤率至少 75% 及以上；對課堂學習內容有少量準備，能主動地參與課堂學習，少量地參與課堂討論。課堂討論的觀	課堂出勤率至少 70% 及以上；對課堂學習內容偶有準備，能參與較基本的課堂學習，但幾乎不參與課堂討論。能夠完成課	課堂出勤率低於 70%，對課堂學習沒有準備，對課堂討論無參與，只完成 60% 及以下的課堂及課後



論。課堂討論的觀點與學科單元內容關係非常密切且見解新穎、獨到。能夠非常認真地完成課堂及課後作業，且準確性超過 90%。	觀點與學科單元內容相關，觀點明確。能夠完全準備課堂及課後作業，且準確性超過 85%。	論的觀點與學科單元內容相關，觀點較為明確。能夠完全準備課堂及課後作業，且準確性超過 80%。	點與學科單元內容基本相關，觀點基本明確。能夠完成課堂及課後作業的 80%，且準確性超過 70%。	堂及課後作業的 70%，且準確性超過 60%。	作業，且準確率低於 60%。
---	--	--	--	-------------------------	----------------

3、小組討論及小組項目報告：小組討論要求學生以給定的案例為基礎，進行資料的收集和分析，並綜合運用市場學的相關知識對案例進行分析，以小組的方式進行研討並提供可能的解決方案。小組項目報告要求學生根據教師給定的題目，進行資料的收集和分析，並綜合運用市場學的相關知識給出可能的解決方案。無論是小組討論還是小組項目報告，均要求學生組成 3-5 人的團隊。對學習果效的評估除根據收集和分析資料、綜合相關知識以及解決方案的質量等方面外，也將根據團隊的整體表現，團隊成員的配合等方面進行。

小組討論及小組研習報告評分標準：

A、A- (88-100 分)	優良 B+ (83-87 分)	良好 B、B- (73-82 分)	平均 C+、C、C- (58-72 分)	合格 D+、D (50-57 分)	不合格 F (0-49 分)
對欲完成的問題有非常充分地理解，而且能夠識別問題的關鍵方面，並採用批判性的視角對問題展開分析；	對欲完成的問題充分地理解，能夠識別問題的絕大部分關鍵方面，對問題的分析具有良好的批判視域；能夠根據主題理解並	對欲完成的問題有較充分地理解，能夠識別問題的大部分關鍵方面，對問題的分析具有較為良好的批判視域；	基本理解欲完成的問題，能夠大致識別問題的關鍵方面，並能對問題進行基本的分析；能夠運用部分市場學	對欲完成的問題不夠完全，能夠識別問題的少量關鍵方面，並能對問題進行最基本的分析；能夠運用少量市場學	無法對欲完成的問題做出正確理解；不能運用對市場學的概念、理論及工具解答問題；對問題的解答無證據



<p>能夠非常清晰地理解並整合運用市場學的概念、理論及工具；對問題的解答有充分的證據，觀點非常明確，而且邏輯非常清晰一致，分析深入且切中要害；非常具有團隊意識，團隊合作十分默契，展示出優異的團隊精神。</p>	<p>整合運用絕大部分市場學的概念、理論及工具；對問題的解答能提供良好的證據，觀點明確，邏輯性較好；具有團隊意識，團隊合作默契，展示出良好的團隊精神。</p>	<p>能夠根據主題理解並整合運用大部分市場學的概念、理論及工具；對問題的解答能提供較為良好的證據，觀點較為明確，邏輯性較好；具有團隊意識，團隊合作默契，展示出較為良好的團隊精神。</p>	<p>的概念、理論及工具；對問題的解答能提供部分證據，觀點基本明確，但邏輯性一般；具有團隊意識一般，團隊合作基本默契。</p>	<p>的概念、理論及工具；對問題的解答能提供少部分證據，觀點基本明確，但邏輯性有缺陷；具有團隊意識一般，團隊合作默契性不夠好。</p>	<p>可言，完全憑自己的主觀描述，且邏輯性非常差；團隊意識不強，團隊合作無默契性。</p>
--	---	---	---	---	---

4、期中及期末考試：期中及期末考試綜合考核學生對整個學科單元所涉及的核心內容。其目的是進一步提升學生對關鍵知識的理解能力，並評核學生對市場學相關知識、工具的整合運用能力。

期中及期末考試評分標準：

<p>A、A- (88-100 分)</p>	<p>優良 B+ (83-87 分)</p>	<p>良好 B、B- (73-82 分)</p>	<p>平均 C+、C、C- (58-72 分)</p>	<p>合格 D+、D (50-57 分)</p>	<p>不合格 F (0-49 分)</p>
<p>對所有問題能夠提供極具準確性的答案，對所有綜合性問題能夠提供詳細而深入的</p>	<p>對絕大部分問題能夠提供極具準確性的答案，對絕大部分綜合性問題能夠提供詳細</p>	<p>對大部分問題能夠提供極具準確性的答案，對大部分綜合性問題能夠提供詳細而</p>	<p>對一半左右的問題能夠提供極具準確性的答案，對部分綜合性問題能夠提供詳細而</p>	<p>對少量的問題能夠提供極具準確性的答案，對少部分綜合性問題能夠提供詳細而</p>	<p>對極少量的問題能夠提供極具準確性的答案，對極少部分綜合性問題能夠提供詳細</p>



解答方案，對一般問答題及概念解釋題的準確性在 90%以上。	而深入的解答方案，對一般問答題及概念解釋題的準確性在 80%以上。	深入的解答方案，對一般問答題及概念解釋題的準確性在 70%以上。	深入的解答方案，對一般問答題及概念解釋題的準確性在 60%以上。	深入的解答方案，對一般問答題及概念解釋題的準確性在 50%以上。	而深入的解答方案，對一般問答題及概念解釋題的準確性在 50%以下。
-------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------





## 書單

《行銷管理 第 15 版》作者：Philip Kotler, Kevin Lane Keller 翻譯：徐世同 華泰文化事業股份有限公司 · 2016

## 參考文獻

《銷售與市場》、《成功行銷》、《銷售與管理》

## 學生反饋

學期結束時，學生將被邀請以問卷方式對學科單元/科目及有關教學安排作出反饋。你的寶貴意見有助教師優化學科單元/科目的內容及教授方式。教師及課程主任將對所有反饋予以考量，並在年度課程檢討時正式回應採取之行動方案。

## 學術誠信

澳門理工大學要求學生從事研究及學術活動時必須恪守學術誠信。違反學術誠信的形式包括但不限於抄襲、串通舞弊、捏造或篡改、作業重覆使用及考試作弊，均被視作嚴重的學術違規行為，或會引致紀律處分。學生應閱讀學生手冊所載之相關規章及指引，有關學生手冊已於入學時派發，電子檔載於 [www.mpu.edu.mo/student\\_handbook/](http://www.mpu.edu.mo/student_handbook/)。