



博彩旅遊教學及研究中心

工商管理碩士學位課程 /

工商管理碩士學位課程 ( 博彩管理專業 )

學科單元/科目大綱

學年	2024/2025	學期	2
學科單元/科目編號	MSBA6122-121.122		
學科單元/科目名稱	營銷管理		
先修要求	沒有		
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	氹仔校區珍禧樓-2/F, P242	辦公室電話	88936212

學科單元/科目概述

本科目旨在啟發學生對商業環境的全面理解，使學生瞭解並掌握市場營銷的基本原理與方法，能夠創造性地運用市場營銷的策略與技巧，解決企業實際問題。通過運用市場營銷管理的概念、理論與方法，全面分析迅速變化的環境，提高學生整合、擴展、創新的能力，和分析問題、解決問題的能力。

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.	闡述營銷管理哲學的知識和原則。
M2.	分析營銷市場和製定市場定位。
M3.	從顧客角度進行批判性思考營銷管理問題。
M4.	分析營銷組合以做出最佳組合策略。
M5.	設計有效的營銷計劃。
M6.	實踐在業務中的營銷管理道德規範。

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	M6
P1. 闡述和分析一般企業管理或博彩企業管理領域的經典理論和前沿性知識，並能作出批判性的檢討和整合，建構紮實的管理理論知識體系	✓	✓	✓	✓		
P2. 對管理困境具有良好的審查和判斷能力，並能整合應用相關概念、理論及方法，對管理困境作出有理據的、創新性的判斷和回應		✓	✓	✓		
P3. 在複雜、動態和多樣的管理情景中靈活轉移和綜合應用多種技能(如溝通技能、資訊及電腦技術、管理研究技能等)，創新性地建構管理策略				✓	✓	
P4. 在個人或團隊工作中充分發揮領導才能和自主權，在管理變革及發展等方面達至有效的結果，並能對管理決策負責				✓	✓	
P5. 批判性地評估和反思已有技術和方法，對新技術、新知識和新方法具備良好的自我學習能力，以最大限度地提高在複雜和不可預測的商業環境中的工作效率			✓	✓	✓	
P6. 識別並有效化解管理中的道德困境和社會責任問題，在複雜情景中持守組織道德和組織價值規範						✓

### 教與學日程、內容及學習量

週	涵蓋內容	面授學時
1	營銷管理簡介 - 定義營銷管理 - 客戶價值	3
2	營銷環境 - 環境掃描 - 社會、經濟和技術因素	3
3	消費者行為 - 購買決策過程 - 心理和社會文化影響	3
4	市場細分 - 市場細分和市場定位 - 市場-產品網格	3
5	產品 - 新產品和產品開發 - 產品線和產品品牌	3



6	產品生命週期 - 產品生命週期 - 產品組合分析	3
7	定價 - 定價要素 - 定價方法	3
8	營銷渠道和供應鏈 - 營銷渠道 - 零售和供應鏈	3
9	多渠道營銷 - 互動營銷 - 多渠道營銷	3
10	營銷傳播 - 整合營銷傳播 - 促銷組合	3
11	廣告及促銷 - 產品廣告 - 促銷活動	3
12	社交媒體市場營銷 - 將社交媒體整合到營銷活動中 - 社交媒體內容	3
13	戰略營銷流程 - 市場營銷策略 - 制定營銷計劃	3
14	個人研習報告 (1)	3
15	個人研習報告 (2)	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	M6
T1. 課堂講授	✓	✓	✓	✓	✓	✓
T2. 主題討論		✓	✓	✓	✓	✓
T3. 個人研習		✓	✓	✓	✓	✓



## 考勤要求

考勤要求按澳門理工大學《[博士/碩士/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. 課堂參與課堂討論	10	M1,M2,M3,M4,M5 ,M6
A2. 個人和小組作業	20	M1,M2,M3,M4,M6
A3. 期中測驗	30	M1,M2,M3,M4,M6
A4. 期末項目展示和研習報告*	40	M2,M3,M4,M5,M6

\*對於剽竊行為的處理：抄襲他人作業或允許人抄襲的作業，比重達到 20%(比重可由老師自行決定)，成績將以零分計算。剽竊比重的計算按理工訂購的 Turnitin 線上反剽竊系統([www.turnitin.com/en\\_us/home](http://www.turnitin.com/en_us/home)) 檢查確定。

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

採用百分制評分，100 分為滿分，50 分為合格。

## 書單

Roger A. Kerin, Steven W. Hartley, William Rudelius (2023). Marketing (16th edition). McGrawHill.

## 參考文獻

David Mothersbaugh, Susan Bardi Kleiser, Delbert Hawkins (2023). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (15th edition). McGrawHill.



Philip Kotler, Kevin Lane Kelle (2021). Marketing Management (16th edition). Pearson.

### 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/)。