

農產運銷學

1. 課程簡介、定義 Marketing

授課教師：國立台灣大學農業經濟學系雷立芬教授



【本著作除另有註明外，採取 創用 CC
「姓名標示－非商業性－相同方式分享」台灣 3.0

本課程指定教材為 版權釋出 G. Armstrong. Principles of Marketing, 13th
edition, Pearson Education Inc.

本講義僅引用 Chapter 1，請讀者自行準備。



1

本作品轉載自 Microsoft Office 2010 多媒體藝廊，依據 Microsoft 服務合約 及著作權法第 46、52、65 條合理使用。



○ **教學目標：**

- 閱讀運銷相關資訊；
- 融會貫通農業、管理、統計與經濟等相關知識；
- 參與討論及意見表達；
- 團體學習與觀摩。

○ **上課時間與地點：**

- 每週四上午 9：10- 12：00，農經大講堂

○ **教科書：**

- Kotler, P. and G. Armstrong. *Principles of Marketing*, 13th edition, Pearson Education Inc. (高立代理)

- **評分標準：**

- 課堂作業或小考 65 %，期末報告 35 %

- **課程網頁網址：**

- <https://ceiba.ntu.edu.tw/1012marketing>

日期	上課主題
2月21日	課程簡介、定義 Marketing (Ch. 1)
2月28日	和平紀念日
3月7日	運銷市場分析(Ch. 3)
3月14日	消費者行為
3月21日	運銷主體--產品 (Ch. 8)
3月29日	產品開發與創新 (Ch. 9)
4月4日	民族掃墓節
4月11日	品牌策略
4月18日	產品認證
4月25日	定價概念與策略 (Ch. 10)
5月2日	通路概念與策略 (Ch. 12)
5月9日	電子商務
5月16日	促銷概念與策略 (Ch. 14)
5月23日	廣告與公共關係 (Ch. 15)
5月30日	行銷研究 (Ch. 4)
6月6日	休閒產業行銷
6月13日	期末報告

行銷 / 運銷的定義

- 企業為消費者創造價值，並且藉此與消費者建立關係的過程 (A process by which companies create value for customers and build strong customer relationships to capture value from in return).

運銷與經濟發展之關係

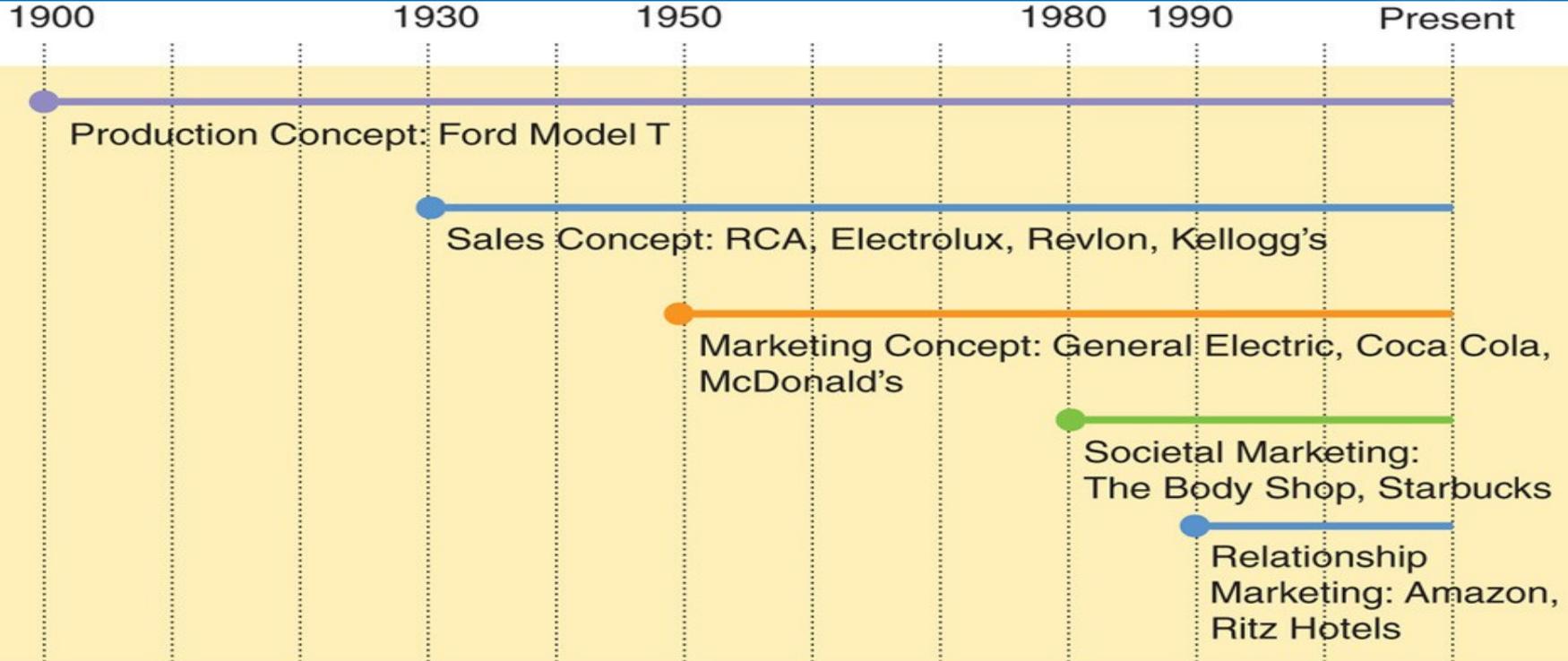
- 專業，剩餘 (specialization, surplus)
- 腐敗性產品，儲存 (perishable, storage facilities)
- 以物易物，交換 (exchange)
- 貨幣交易 (transaction)
- 集中市場 (marketplace)

運銷觀念演變 -1

- 生產觀念 (The production concept) : 產品只要做的出來，一定賣得出去
- 銷售觀念 (The sales concept): 宣傳、推廣產品
- 行銷觀念 (The marketing) : 重視消費者需求而開發產品
- 社會行銷 (The social marketing): 企業應重視消費者與社會利益。
- 顧客關係 (The customer relationship) : 藉由建立長期顧客關係獲取利潤

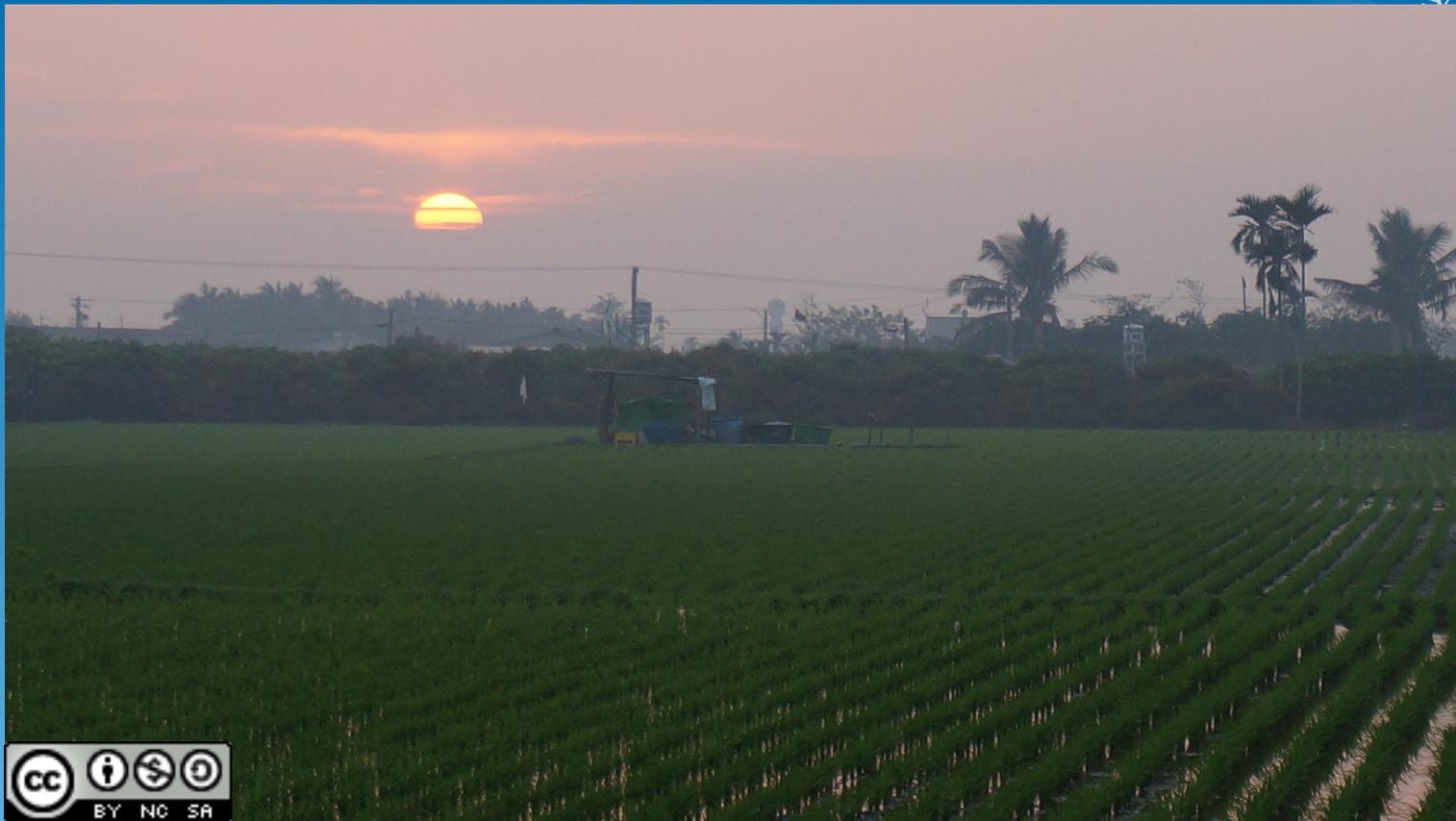
7

運銷觀念演變 -2









- 學成文武藝、貨與帝王家
 - 元朝雜劇《馬陵道》

版權聲明



頁碼	作品	版權圖示	來源 / 作者
1-13			轉載自 Microsoft Office 2010 多媒體藝廊， 依據 Microsoft服務合約 及著作權法第 46、52、65 條合理使用。
8	 	 	Better Business 2nd edition, Ch12, p.392, Solomon, Poatsy, artin , Pearson Education。 依據著作權法第 46、52、65 條合理使用。
9			國立台灣大學 農業經濟學系 雷立芬 教授
10			國立台灣大學 農業經濟學系 雷立芬 教授
11			國立台灣大學 農業經濟學系 雷立芬 教授