朝陽科技大學 093學年度第2學期教學大綱
Strategic Marketing Management 行銷規劃與策略

當期課號	1368	Course Number	1368
授課教師	葛維鈞	Instructor	KO,WEI CHUN
中文課名	行銷規劃與策略	Course Name	Strategic Marketing Management
開課單位	企業管理系(四日)二A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	使學生熟悉1、各種需要規劃的行銷狀況2、在各種行銷狀況下，可資運用的行銷策略3、從事行銷規劃時應考慮的資訊以及4、取得及運用這些資訊的方法;以便有能力進一步學習「行銷規劃實務課程」課程內容:1、銷狀況/問題2、營評估及SWOT分析3、SIP分析(問標市場區隔、定位)4、4P's組合之規劃、方法5、行銷預算與控制6、銷規劃與控制	Objectives	The purpose of this course is to help students to understand development ,evaluation ,and implementation of business strategies about succentful management. The key is management system that will help managers 1.provide vision to their business 2.monitor and underatand a dynamic enviroment 3.Generate visionary and creative strategic options that will be responsive to changes faceing a bussiness. 4.Develop strategies based on sustainable competitive advantages.
教材	1.翁景民譯(2000)，策略行銷管理，華泰。 2.魏啓林(1993)，策略行銷，時報文化。 3.邱志聖(2001)，策略行銷分析，智勝	Teaching Materials	
成績評量方式	期中考 30% 期末考 50% 出席及參與 20%	Grading	Midterm 30% Final Exam 50% Participation 20%
教師網頁			
教學內容	1.課程簡介 2.企業策略 3.策略行爲管理 4.外部分析與顧客分析 5.競爭者分析 6.市場分析 7.環境分析與策略不確定性 8.內部分析 9.期中考 10.取得持續性競爭優勢 11.差異化策略 12.低成本、焦點及先佔優勢策略 13.成長策略 14.多角化策略 15.在衰退及具敵意市場之策略 16.全球化策略 17.策略執行 18.期末考	Syllabus	1.Introduction 2.Business Strategies 3.Managing Strategic Behavior 4.External Analysis & Customer Analysis 5.Competitor Analysis 6.Market Analysis 7.Enviromental Analysis & Strtegic Uncertainty 8.Interal Analysis 9.Midterm 10.Sustainable Competitive Advantage 11.Differentiation 12.Cost Leadership 13.Growth 14.Diversification 15.Strtegies in a Declined Market 16.Globalization 17.Strategy Implementing 18.Final Exam

尊重智慧財產權，請勿非法影印。