朝陽科技大學 094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	1114	Course Number	1114
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.陳智凱譯(2003)，策略行銷，七版，麥格羅．希爾。　2.邱志聖(2001)，策略行銷分析，智勝	Teaching Materials	
成績評量方式	個案 30% 期末考 50% 出席及參與 20%	Grading	Cases 30% Final Exam 50% Participation 20%
教師網頁	_		
教學內容	1.市場導向策略 2.企業與行銷策略 3.市場願景、結構與分析 4.區隔市場 5.持續了解市場 6.市場鎖定與策略定位 7.關係策略 8.新產品規劃 9.策略品牌管理 10.管理價值鍊關係 11.定價策略 12.推廣、廣告及促銷策略 13.銷售人員、網路及直接行銷策略 14.設計市場導向組織 15.行銷策略實施與控制	Syllabus	Market-Oriented Strategies, Market Analysis, Design Market-Oriented Strategies, Strategic Market Plans, Implement and Control Market-Oriented Strategies

尊重智慧財產權，請勿非法影印。