朝陽科技大學 096學年度第1學期教學大綱
Strategic Marketing Management 行銷規劃與策略

當期課號	3120	Course Number	3120
授課教師	蔡碩倉	Instructor	TSAI,SHUO TSANG
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(二進)四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	自編教材	Teaching Materials	Discussion of the real dvertising case
成績評量方式	1.學習態度 30% 2.討論 30% 3.分組報告 40%	Grading	1.Learning Attitude 30% 2.Discussion 30% 3.Term Paper 40%
教師網頁			
教學內容	個案1：留蘭香三分天下，誰敢攖其鋒 個案2：eBay花瓶裡的創意風暴 個案3：克寧老大哥跟消費者搏感情 個案4：阿瘦一雙鞋走出半世紀 個案5：飛利浦照明台灣市場 個案6：統一品牌走對方向 個案7：淘汰雞與飼料雞的話題大戰 個案8：司迪麥回搶口香糖大餅 個案9：Lotte挑戰留蘭香口香糖市場 個案10：活益比菲多站在巨人肩上起舞 個案11：花王挑戰寶僑、聯合利華髮品市場 個案12：LG後發品牌勝出關鍵 個案13：普騰從品牌行銷商走向專業代工 個案14：全聯福利中心打造競價策略的利基與威脅 個案15：金車速食麵大戰啓示錄 個案16：家家戶戶都有西雅圖 個案17：雙龍汽車利基市場行銷	Syllabus	Case Study : Wrigiley Case Study : eBay Case Study : KLIM Case Study : ASO Case Study : Philips Case Study : Uni-President Case Study : DoChan Case Study : Stimorol Case Study : Lotte Case Study : Asenka Frozen & Chilled Food Inc. Case Study : Kao Case Study : LG Case Study :Proton Case Study : Pxmart Case Study : Kingcar Case Study : Barista Coffee Case Study : Ssangyong

尊重智慧財產權，請勿非法影印。