朝陽科技大學 096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	1175	Course Number	1175
授課教師	黃淑琴	Instructor	HUANG,SHU CHIN
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.Cravens等著(2005)，陳智凱編譯，策略行銷七版，美商麥格羅・希爾出版。 2.教師補充講義 3.個案資料	Teaching Materials	Cravens, D.W. & N.F. Piercy(2003), "Strategic Marketing", 7th ed., McGraw-Hill Int'l Enterprises Inc.(Taiwan).
成績評量方式	出席與參與:30% 期中考：30% 期末報告：40%	Grading	Presence and participation:30% Mid-term exam.:30% Term report: 40%
教師網頁			
教學內容	Ch1市場導向策略 ch2 企業與行銷策略 ch3 市場願景、結構與分析 ch4 區隔市場 ch5 持續瞭解市場 ch6 市場鎖定與策略定位 ch7 關係策略 ch8 新產品規劃 ch9 策略品牌管理 ch10 管理價值鏈關係 ch11 定價策略 ch12 促銷、廣告、直銷策略 ch14 行銷策略執行與控制	Syllabus	ch1 Market Orientation Strategy ch2 Corporate Strategy and Marketing Strategy ch3 Corporate Vision、Market Structure and Analysis ch4 Segmentation ch5 Marketing Information & Knowledge ch6 Target & Position ch7 Relationship Management ch8 New Product Planning ch9 Strategic Brand Management ch10 Management of Value Chan ch11 Pricing Strategy ch12,13 Strategy of Marketing Communication ch14 Implementation and evaluation of Marketing Strategy

尊重智慧財產權，請勿非法影印。