朝陽科技大學 098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	1194	**Course Number**	1194
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.以教師設計課程教材爲主，個案資料補充爲輔。 2.其他參考資料：Cravens等著(2005)，陳智凱編譯，策略行銷七版，美商麥格羅・希爾出版。	**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	一、策略行銷管理緒論 二、外部分析與顧客分析 三、競爭者與市場分析 四、內部分析 五、創造優勢與策略選擇方案 六、策略定位與品牌策略 七、成長策略	**Syllabus**	1.Strategic Marketing 2.External and Customer Analysis 3.Competitor and Market Analysis 4.Internal Analysis 5.Sustainable Competitive Advantage and Alternate Value Propositions 6.Strategic Positioning and Brand Strategy 7.Growth Strategy

尊重智慧財產權，請勿非法影印。