

朝陽科技大學
102學年度第1學期教學大綱

當期課號	3195	中文科名	策略行銷
授課教師		開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	四年制4年級 A班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
行銷專業實戰能力。		✓			
流通連鎖專業實戰能力。					✓
職場所需資訊能力。					✓
良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力。		✓			
問題解決、終身學習與創新能力。				✓	
職場所需語文能力。				✓	

本課程培養學生下列知識：

1.透過在企業實習增進對產業界各級組織部門經營管理實務的認識。2.提昇對各種企業管理理論與技術的整合與應用能力。3.學生可以運用所學管理知識，培養各種經營管理實務、問題解決能力、批判思考能力以及創造力。

- 1.分析經營環境並擬定經營策略、模式
- 2.運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略
- 3.擬定及調整價格，以求利潤與顧客價值最大化
- 4.擬定產品或服務策略，以回應市場需求
- 5.擬定通路策略，以降低成本、發揮最大效益
- 6.擬訂產品服務及形象的宣傳策略，以達到理想效果

Penetrates this curriculum to understand the market environment and the new tendency marketing tool, from the understanding and the actual operation pattern training, will train the student future in the employment market competitive power and the field of vision.

每週授課主題

- 第01週：概述：策略行銷
- 第02週：第一章：市場導向策略規則
- 第03週：第二章：市場和競爭性空間
- 第04週：第三章：策略性行銷區隔
- 第05週：第四章：戰略性顧客關係管理
- 第06週：第五章：學習關於顧客與市場能力
- 第07週：第六章：市場目標及戰略定位
- 第08週：第七章：策略性關係
- 第09週：期中考
- 第10週：第八章：創新及新產品戰略
- 第11週：第九章：戰略性品牌管理
- 第12週：第十章：價值鍊策略
- 第13週：第十一章：價格策略
- 第14週：第十二章：促銷廣告銷售促銷策略
- 第15週：第十三章：銷售力網路直接行銷策略
- 第16週：第十四章：設計市場導向組織
- 第17週：第十五章：行銷策略履行與控制
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 隨堂模擬測驗：20%
- 平時作業及出席：20%
- 其他：10%
- 期中考：25%
- 期末考：25%

證照、國家考試及競賽關係

- TBSA商務企劃能力進階檢定

主要教材

1.策略行銷 第九版(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：

E-Mail：Kenny6312@gmail.com

Office Hour：

分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。