

100-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊			
課程名稱	行銷企劃	科目序號 / 代號	2662 / MTB2017
開課系所	行銷與流通管理學系	學制 / 班級	進修學士班4年1班
任課教師	陳錫評	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(一)ABC / B202	授課語言別	中文

課程簡介

不管是應用在個人生涯規劃上，或是對企業長遠的發展而言，「企劃能力」都是不可或缺的核心利器。本課程的目標在於有系統地探討行銷企劃的內涵，除強調重要觀念的解析，並以實例解釋實務的應用，藉以提升同學對行銷企劃實務觀念的認知，並培養同學對行銷企劃實務寫作能力，及行銷企劃實務運用能力

課程大綱

- 1.課程簡介
- 2.總體環境分析
- 3.市場分析
- 4.消費者分析
- 5.公司內部分析
- 6.情境分析摘要
- 7.市場研究
- 8.行銷策略之產品策略
- 9.行銷策略之市場佔有率目標
- 10.行銷策略之定價策略
- 11.行銷策略之促銷價策略
- 12.行銷策略之通路策略
- 13.執行

基本能力或先修課程

本課程旨在由行銷管理觀點切入，由企業內、外部環境分析至策略擬定進行探討，旨在教導學員了解擬定行銷策略、執行發展作業、以及管理新舊產品/品牌所需的知識與技能，方向上乃是管理的角度出發，強調商品行銷之規劃、開發和管理方面的重要學理、原則或方法，並由國際構面分析全球相關產品/品牌、產業及市場。

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  管理專業能力
-  溝通能力
-  團隊合作能力
-  創造力
-  道德關懷

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
管理專業能力	25%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及實務能力，尤重行銷專業領域	專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 書面報告: 20%	加總: 100	25
溝通能力	20%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 書面報告: 20%	加總: 100	20
團隊合作能力	20%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 書面報告: 20%	加總: 100	20
創造力	20%	產生新穎想法並付諸實行的能力	專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 書面報告: 20%	加總: 100	20
道德關懷	15%	具備人文素養、同理心及對環境的關心	專題報告	分組報告: 20% 期中考: 30% 期末考: 30% 書面報告: 20%	加總: 100	15

成績稽核

- 期中考: 30%
- 期末考: 30%
- 分組報告: 20%
- 書面報告: 20%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教科書				

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
自備教學講義	陳錫評			0

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程簡介					
2	總體環境分析					
3	市場分析					
4	消費者分析					
5	公司內部分析					
6	情境分析摘要					
7	市場研究					
8	行銷策略之產品策略					
9	期中考					
10	行銷策略之市場佔有率目標					
11	行銷策略之定價策略					
12	行銷策略之促銷價策略					
13	行銷策略之通路策略					
14	企劃寫作					
15	企劃寫作					
16	專題報告					
17	專題報告					
18	期末考					