

行銷學：授課進度週五，1310-1600

週	日期	內容進度
1	2/25	<input type="checkbox"/> 課程大綱 目標：瞭解行銷之發展趨勢-學界與產業 壹、緒論(行銷：創造與獲取顧客價值)(林建煌，CH.1) <input type="checkbox"/> 概論 Course Introduction <input checked="" type="checkbox"/> 行銷學之父，Philip Kotler (1931-) 行銷管理架構 <input type="checkbox"/> American Marketing Association <input type="checkbox"/> MIT Sloan School of Management <input checked="" type="checkbox"/> 行銷的發展沿革、行銷管理導讀 Kotler, Philip(2015), My Adventures in Marketing, <input type="checkbox"/> 行銷企劃書-期末報告(格式)，w/競賽辦法 <input type="checkbox"/> 企劃競賽、分組 <input type="checkbox"/> 訂購教科書
2	3/4	貳、行銷環境(林建煌，CH.2) 一、目標消費者(消費者情報分析) 二、外在總體環境(外在環境/時代趨勢情報分析) 社會、文化、法律與道德議題(PEST) 三、產業競爭環境(產業情報分析、競爭情報分析) 三、公司企業(內部情報/資源盤點) 四、企劃構想 <input checked="" type="checkbox"/> SWOT 分析(策略議題制定) <input checked="" type="checkbox"/> 五力分析 <input type="checkbox"/> TBSA1：企劃情報/概念分析表：企劃案核心概念與企劃構想
3	3/11	貳、生產者與消費者(生態系、資源：價值創造與開發) <input type="checkbox"/> B01 消費者與生產者 顧客關係管理 e-CRM、大數據、資料庫分析與應用 <input checked="" type="checkbox"/> 消費者市場與其購買行為(林建煌，CH. 4) <input type="checkbox"/> 組織市場與其購買行為(林建煌，CH. 5)(略) <input type="checkbox"/> 產業競爭分析(產業、產品) 蔡建雄(2018)，世界咖啡產業貿易競爭策略與臺灣咖啡產業發展，未出版論文。 蔡建雄(2020)，台灣咖啡產業產銷體系之變遷，未出版論文。 <input type="checkbox"/> 專題：消費者檔案
4	3/18	<input checked="" type="checkbox"/> 市場區隔與定位分析(林建煌，CH. 6) <input type="checkbox"/> S 區隔 <input type="checkbox"/> T 目標 <input type="checkbox"/> P 定位 <input type="checkbox"/> TBSA2：企劃案基本方針表：目標設定、障礙分析、策略形成
5	3/25	行銷企劃書-期末報告 <input checked="" type="checkbox"/> A03 行銷企劃案

		<input checked="" type="checkbox"/> 數位行銷之商業模式：獲利世代 <input type="checkbox"/> 消費者痛點(關鍵障礙/問題點) <input type="checkbox"/> TBSA2：企劃案基本方針表：目標設定、障礙分析、策略形成 <input type="checkbox"/> TBSA3：商品概念設計表
6	4/1	4/1，放假一日 行銷策略 4Ps-1 行銷策略-產品策略 <input checked="" type="checkbox"/> 產品管理(林建煌，CH. 7) <input type="checkbox"/> 新產品開發與產品生命週期(林建煌，CH. 8) <input type="checkbox"/> 服務行銷(林建煌，CH. 9) 行銷策略-價格策略 <input checked="" type="checkbox"/> 制定價格(林建煌，CH. 10) 討論： <input type="checkbox"/> TBSA3：商品概念設計表 <input type="checkbox"/> TBSA4：行銷戰術及活動設計表 <input type="checkbox"/> TBSA5：一頁企劃書
7	4/8	行銷策略 4Ps-2 行銷策略-通路策略 <input checked="" type="checkbox"/> 通路策略(林建煌，CH.11) 行銷策略-促銷策略 <input checked="" type="checkbox"/> 推廣策略與行銷溝通(林建煌，CH.12) <input type="checkbox"/> 廣告(林建煌，CH.13) <input type="checkbox"/> 人員銷售(林建煌，CH.14) <input type="checkbox"/> 促銷與公共關係(林建煌，CH.15) 討論： <input type="checkbox"/> TBSA3：商品概念設計表 <input type="checkbox"/> TBSA4：行銷戰術及活動設計表 <input type="checkbox"/> TBSA5：一頁企劃書
8	4/15	<input checked="" type="checkbox"/> 4/15 期中考 Mid Exam 1.筆試 2.書面，同 TBSA 初賽作品(分組報告收件) <input checked="" type="checkbox"/> 4/14TBSA 初賽作品收件截止
9	4/22	策略行銷 參、產業與產品競爭時代(核心價值併購策略) <input checked="" type="checkbox"/> 產品策略：科技創意發想的秘訣和行銷意涵 <input checked="" type="checkbox"/> 新產品開發與產品生命週期(林建煌，CH.8) <input type="checkbox"/> 專題：互聯網生態圈(個案) <input type="checkbox"/> 分組討論：期末報告
10	4/29	<input checked="" type="checkbox"/> 價格策略：紅海市場、藍海策略與免費的訂價策略 <input type="checkbox"/> 獲利模式：免費 <input type="checkbox"/> 分組討論：期末報告
11	5/6	<input type="checkbox"/> 通路策略：實體與虛擬，O2O <input checked="" type="checkbox"/> 分組討論：期末報告 <input type="checkbox"/> 一、重點摘要(executive summary) <input type="checkbox"/> 二、經營現況描述

		<input type="checkbox"/> 三、策略意圖說明 <input type="checkbox"/> 四、企劃情報分析 <input type="checkbox"/> 五、經營構想 <input type="checkbox"/> 六、決策分析 <input type="checkbox"/> 七、對策辦法/實施方式 <input checked="" type="checkbox"/> 八、財務分析
12	5/13	<input type="checkbox"/> 促銷策略：eDM、病毒式行銷；微電影與 Youtube <input checked="" type="checkbox"/> 5/13TBSA 地區決賽作品收件截止 <input checked="" type="checkbox"/> 期末報告初稿截止收件
13	5/20	行銷企劃書 <input checked="" type="checkbox"/> 行銷的執行與控制(林建煌，CH.16) <input type="checkbox"/> 計畫、執行、考核(控制) <input type="checkbox"/> PDCA 循環：Plan(計畫)、Do(執行)、Check(檢查)、Action(行動) <input type="checkbox"/> KPI 與績效分析 <input type="checkbox"/> 分組討論：行銷企劃書期末報告
14	5/27	<input type="checkbox"/> 專題： <input type="checkbox"/> 分組討論：行銷企劃書期末報告
15	6/3	<input checked="" type="checkbox"/> 6/3 放假一日
16	6/10	<input checked="" type="checkbox"/> 期末報告，團體競賽(報告、WORD 與 PPT 檔案)
17	6/17	彈性進度 17
18	6/24	彈性進度 18 <input checked="" type="checkbox"/> 6/24 TBSA 全國決賽作品收件截止

註：本課程採用動態變動模式，以「菜單式」選項呈現。另外，主要從完整的主題菜單中，選擇講授與專討主題。

註：本課程採取多元授課；多元評量的方式。授課講師包括校內老師與校外產業實務專家。分別依據其專長領域講授。

註：本課程評分方式，分別訂定評分辦法。主要為多元方式，且學習者之間，分組或個人競賽，成績以競賽排序轉換成績。相關辦法請見網站。