

『行銷管理』課程大綱

授課教師：丘宏昌（清華科管所教授）；助教：唐運佳

Email : hcchiu@mx.nthu.edu.tw

授課時間：週二晚上18:30~21:20

課程目的：對現今的台灣產業來說，瞭解行銷意義以提升公司附加價值，將是提升獲利的重要方向。本課程希望能結合理論、實務與個案討論的方式，瞭解當前行銷管理之重要議題。

參考教材：行銷管理個案、文章、授課投影片影印本

授課方式：個案討論、文章選讀、講演

評分標準：上課報告與討論(70%)、期末報告(30%)

課程進度：

次	日期	主題	內容/案例
1	9/16	行銷與價值	● 如何提升價值
2	9/23	行銷與價值	● 行銷與洞察力
3	9/30	經營模式、策略與營運效能	● 經營模式 ● 策略選擇
4	10/7	經營模式、策略與營運效能	● 策略選擇 ● 營運效能
5	10/14	策略行銷	● 目標 ● 外部分析
6	10/21	策略行銷	● 內部分析 ● 執行力
7	10/28	市場區隔、目標市場、定位	● STP
8	11/4	B2B 行銷	● B2B 的 STP ● TSMC case
9	11/11	破壞式創新與行銷	● ASUS case
10	11/18	產品策略	● 產品策略 ● 進入時機
11	11/25	行銷與新事業	● 新市場成長平台
12	12/2	顧客行為科學	● 顧客決策行為
13	12/9	關係行銷與顧客忠誠	● 找出有利可圖的顧客 ● 顧客關係維持 ● 顧客忠誠
14	12/26	定價策略	● 定價的步驟 ● 價值定價

15	12/23	溝通策略	● 企業溝通
16	12/30	溝通策略	● 個人溝通
17	1/6	品牌與成長	● <i>Samsung Case</i>
18	1/13	期末報告	分四組