

## 國立中山大學 111學年度第1學期 課程教學大綱

## National Sun Yat-sen University 111Academic year1st Semester Course syllabus

中文名稱 Course name(Chinese)	策略行銷管理			課號 Course Code	EMBA927
英文名稱 Course name(English)	STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT				
課程類別 Type of the course	講授類	必選修 Required/Selected	必修	系所 Dept./faculty	管理學院高階經營碩士學程在職專班
授課教師 Instructor	黃明新張純端			學分 Credit	3

因應嚴重特殊傳染性肺炎(武漢肺炎)，倘若後續需實施遠距授課，授課方式調整如下：

- 同步遠距【透過網路直播技術，同時進行線上教學，得採Microsoft Teams、Adobe connect等軟體進行】
- 同步遠距含錄影【透過網路直播技術，同時進行線上教學並同時錄影，課程內容可擇日再重播，得採Microsoft Teams、Adobe connect等軟體進行】
- 非同步遠距【課堂錄影或錄製數位教材放置網路供學生可非同時進行線上學習，得採EverCam、PPT簡報錄影、錄音方式進行】
- 實作類課程，經評估無法採遠距課程教學，後續復課後密集補課

★遠距教學軟體操作說明連結

因應嚴重特殊傳染性肺炎(武漢肺炎)，倘若後續需實施遠距授課，評分方式調整如下：

- 1.In-class discussion課堂討論：50%
- 2.Presentation學期報告：50%

## 課程大綱 Course syllabus

本課程教學大綱已提供完整英文資訊（本選項僅供統計使用，未提供完整英文資訊者，得免勾記）【Provide information of course syllabus in English.(This is for statistical use only. For those who do not provide information of course syllabus in English, do not check this field.)】

Introduction of core strategic marketing, and strategic marketing framework and implementation procedures. This course systematically explains various marketing management decisions and relevant topics. This course covers the creation of customer values, the formulation and implementation of marketing strategies, customer analysis methods, sales employees management, and brand operation and management.  
介紹策略行銷的核心觀念，提供完整策略行銷規劃的架構與執行程序，並從策略性的觀點有系統地說明各項行銷管理決策及重要的行銷管理議題。課程內容涵蓋顧客價值的創造，行銷策略的擬訂與執行，顧客分析的方法，銷售人員管理，品牌的經營與管理。

## 課程目標 Objectives

- Understand the nature of strategic marketing management, and the implementation of customer value creation to prevent marketing myopia. Familiarize with the framework of strategic marketing planning, and apply it to organization strategic planning.  
Learn the methods and skills of market analysis, and implement related marketing campaigns, to improve overall operating performance.  
Understand the methods and procedures of brand management. Implement brand strategies and improve marketing performance.
- 1.了解策略行銷管理的本質，與顧客價值創造的意涵，避免行銷短視症。
  - 2.熟悉策略行銷規劃的架構，並將其應用於公司整體策略規劃中。
  - 3.學習市場分析的方法與技術，並配合相關行銷活動，提升整體營運績效。
  - 4.了解品牌經營的程序及方法，有效導入品牌策略，強化行銷績效並提升公司價值。

## 授課方式 Teaching methods

Lectures (including lecturing, case study, and discussion)  
授課方式除教師講解，並輔以個案分析與企業管理實務研討，採互動式教學，藉此啟發學員之策略思考與分析之能力，達成管理知識內化的目的，並有效應用於日常之經營與管理實務中。

評分方式〔評分標準及比例〕 Evaluation (Criteria and ratio) 等第制單科成績對照表 [letter grading reference](#)

- 1.In-class discussion課堂討論：50%
- 2.Presentation學期報告：50%

## 參考書/教科書/閱讀文獻 Reference book/ textbook/ documents

〔請遵守智慧財產權觀念，不可非法影印。教師所提供之教材供學生本人自修學習使用，不得散播及做為商業用途〕

No copies for intellectual property rights. Textbooks provided by the instructor used only for self-study, can not broadcast or commercial use

教師自訂教材 Teacher's materials

每週課程內容及預計進度 Weekly scheduled progress

週次	日期	授課內容及主題
Week	Date	Content and topic
1	2022/09/04~2022/09/10	Course Introduction 課程介紹
2	2022/09/11~2022/09/17	Marketing strategies in the new era 新世紀的策略行銷
3	2022/09/18~2022/09/24	Overall environmental analysis 總體環境分析
4	2022/09/25~2022/10/01	Chinese market analysis 中國市場分析
5	2022/10/02~2022/10/08	Customer analysis 顧客分析
6	2022/10/09~2022/10/15	Market segmentation 市場細分
7	2022/10/16~2022/10/22	Choose target market 選擇目標市場
8	2022/10/23~2022/10/29	Market positioning 市場定位
9	2022/10/30~2022/11/05	Marketing 行銷組合
10	2022/11/06~2022/11/12	Marketing 行銷組合
11	2022/11/13~2022/11/19	Brand management 品牌管理
12	2022/11/20~2022/11/26	Brand management 品牌管理
13	2022/11/27~2022/12/03	Customer relation management 顧客關係管理
14	2022/12/04~2022/12/10	Customer relation management 顧客關係管理
15	2022/12/11~2022/12/17	Sales staff management 銷售人員管理
16	2022/12/18~2022/12/24	Sales staff management 銷售人員管理
17	2022/12/25~2022/12/31	Presentation and discussion 學期報告與討論
18	2023/01/01~2023/01/07	Presentation and discussion 學期報告與討論

課業討論時間 Office hours

時段1 Time period 1:  
 時間 Time : 星期四10:00-12:00  
 地點 Office/Laboratory : 管4109  
 時段2 Time period 2 :  
 時間 Time : 星期二10:00-12:00  
 地點 Office/Laboratory : 管4109

系所學生專業能力/全校學生基本素養與核心能力 basic disciplines and core capabilities of the department and the university

系所學生專業能力/全校學生基本素養與核心能力 basic disciplines and core capabilities of the department and the university	課堂活動與評量方式 Class activities and evaluation										
	本課程欲培養之能力與素養 This course enables students to achieve.	紙筆考試或測驗 Test.	課堂討論(含個案討論) Group discussion (case analysis).	個人書面報告、作業、作品、實驗 Individual paper report/assignment/work or experiment.	群組書面報告、作業、作品、實驗 Group paper report/assignment/work or experiment.	個人口頭報告 Individual oral presentation.	群組口頭報告 Group oral presentation.	課程規劃之校外參訪及實習 Off-campus visit and intership.	證照/檢定 License.	參與課程規劃之校外活動及競賽 Participate in off-campus/on-campus activities and competitions.	課外閱讀 Outside reading.
※系所學生專業能力 Basic disciplines and core capabilities of the department											
1.瞭解國際管理新知 1. Exploring updated knowledge of International Business.	√		√	√	√						
2.高階經營人才的再培育 2. Re-educating senior working professionals.	√		√	√	√						
3.新觀念的刺激與新思維的訓練 3. Training the professionals for new ideas.	√		√	√	√						
4.跨行業交流互動與團隊友誼之建立 4. Creating a network for crossover	√		√	√	√						

