

## 107 第一學期 行銷管理 課程內容報導

### 1. 課程說明：

本門課將透過課堂講授以及大量的案例研討讓學生們能對行銷以及其相關決策能有一系統性、有組織性的了解。具體的行銷決策包含了評估行銷的機會、發展行銷策略、以及執行相關計畫等。課程內容將包含以市場為導向之策略評估、行銷研究、資訊系統、購買者行為、目標市場選擇、競爭者定位、產品及服務分析與管理、定價、通路商、以及整合式雙向溝通(如廣告、公共關係、網路行銷、社群媒體以及宣傳推廣)等。本課程將透過互動式的課堂討論、實務案例、個人作業、團體報告等形式讓學生將獲得許多有用的行銷概念及知識，並能完成並執行一份有效的行銷企劃案。

### 2. 課程特色：

哈佛個案非常著重具代表性的實際案例，同時題材廣泛，內容實際，案例皆包含數據、組織機構、銷售量和成本支出、營運項目和近況、財務結構、內部管理、外在影響等以及其他一些重要因素。學生可以在互相討論、腦力激盪的情況下思考個案所論及的公司是否有更好的發展或決策。

本課程「行銷管理」為開設於在職專班的課程，在職專班的學生皆為社會人士，擁有一定的工作經驗，在實務上相較於全職學生會有不同的見解，學習理解也會較深刻。而在職專班學生大多來自於不同的產業領域，包括半導體產業、外商企業、醫療企業等，對於行銷管理不一定會有深入的了解，因此透過哈佛個案教學，學生可以對一件個案要怎麼處理、分析、做決策有一個更深入的了解。

#### ● 課堂活動設計

在學期初時，由於學生是來自不同職業、公司，因此第一節課讓大家自我介紹，有利於互相認識以及後續分組。除了個案小組報告之外，還會安排一些與 Marketing 相關的遊戲，實施的遊戲來自於 Great Ideas for Teaching Marketing，是一個 Marketing Simulation Game，遊戲的目標是賺取最多的錢（積分）。以小組為單位，透過組內討論、分析，來做出每一步決策，每一次的決策有可能是好的，也有可能是差的，透過這個遊戲不僅能初步認識市場決策，還富有趣味性。



↑同學和老師熱烈討論。

- 哈佛個案(case study)

Case studies 由每週一組(一組約四到五人)上台報告指定哈佛個案，並且還有一組提問組，提問組會針對個案內容於報告日前三天對報告組提出問題，兩組皆須準備答案、回答問題，其他同學亦可直接提出其他問題或是發表意見。接著由全班表決獲勝的是報告組或是題問組，將給予加分；另外還會進行現場短篇個案的實作分析，並且給予三到四個問題讓同學可以思考、互相討論。



↑報告組正在接受同學提問