

美和科技大學



企業管理系

課程規範

課程名稱：

行銷管理個案研討

中華民國 114 年 10 月制定

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	行銷管理個案研討	
	英文	Case Studies in Marketing Management	
適用學制	二年制學院進修部	必選修	選
適用部別	夜間部	學分數	3
適用系科別	夜二技企業管理系	學期/學年	1 學期
適用年級/班級	夜二技企四甲	先修科目或先備能力	無

2. 企業管理系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「專業職能」為目標。

專業職能	就業途徑	職能
	行銷管理	B1-運用及評估與市場相關的資訊，並且擬定整體的行銷策略。
		B2-擬定產品或服務策略，以回應市場的需求。
		B3-擬定通路策略，以降低成本並發揮通路之最大效益。
		B4-擬定價格以及調整價格，以追求利潤與顧客價值的最大化。
		B5-擬訂與產品的服務以及形象相關的宣傳策略，以達到理想之效果。
		B6-進行行銷管理以及例行作業和溝通，以確保與相關單位的溝通及作業順暢。
零售與通路管理		C1-評估與銷售相關的資訊，以協助進行銷售的決策及管理。
		C2-規劃並且執行商品的通路策略。
		C3-擬定並且執行商品的進出貨管理流程。
		C4-依據商品的經銷策略，執行通路管理。
		C5-協助經銷商以及零售通路商，進行銷售活動。
		C6-針對經銷通路商提供銷售訓練。

3. 課程對應之 UCAN 職能

課程 斜線 職能	專業職能 M	專業職能 A
行銷管理個案研討	<p>B1-運用及評估與市場相關的資訊，並且擬定整體的行銷策略。</p> <p>B2-擬定產品或服務策略，以回應市場的需求。</p> <p>B3-擬定通路策略，以降低成本並發揮通路之最大效益。</p> <p>B4-擬定價格以及調整價格，以追求利潤與顧客價值的最大化。</p> <p>B5-擬訂與產品的服務以及形象相關的宣傳策略，以達到理想之效果。</p> <p>B6-進行行銷管理以及例行作業和溝通，以確保與相關單位的溝通及作業順暢。</p>	<p>C1-評估與銷售相關的資訊，以協助進行銷售的決策及管理。</p> <p>C2-規劃並且執行商品的通路策略。</p> <p>C3-擬定並且執行商品的進出貨管理流程。</p> <p>C4-依據商品的經銷策略，執行通路管理。</p> <p>C5-協助經銷商以及零售通路商，進行銷售活動。</p> <p>C6-針對經銷通路商提供銷售訓練。</p>

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

4. 教學目標

本課程可以達到以下目標：

本課程旨在透過行銷管理相關個案分析與討論，培養學生整合行銷理論與實務應用之能力。

學生將能：

瞭解行銷管理之基本理論與決策架構。

運用個案分析方法，培養問題診斷與策略擬定能力。

熟悉產品、價格、通路與推廣等行銷組合策略運作。

具備分析市場資訊與擬定行銷企劃書之能力。

建立團隊合作與行銷溝通能力，提升專業實務素養。

課程描述

4.1 課程說明

本課程採理論講授與個案分析並重方式進行。

內容涵蓋行銷策略規劃、品牌管理、通路設計、顧客關係管理與數位行銷應用等主題。

透過真實企業個案、討論與模擬演練，使學生能將理論應用於實際行銷決策，以培養具備分析、創意思考與執行能力的行銷專業人才。

5.2 課程綱要

本課程規劃內容綱要及課程設計養成之職能：

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	課程介紹與行銷個案研究方法概論	B1 運用及評估市場資訊並擬定行銷策略。	2
2	行銷環境與市場趨勢個案分析	B1、B2 擬定產品或服務策略以回應市場需求。	2
3	消費者行為個案分析	B2、B5 擬訂產品與形象相關宣傳策略。	2
4	市場區隔與目標市場選擇個案	B1、B3 擬定通路策略以發揮最大效益。	2
5	行銷組合 (4P) 策略個案分析	B2、B4、B5 擬定產品、價格與促銷策略。	2
6	品牌與定位策略個案分析	B5 擬訂品牌形象與行銷溝通策略。	2
7	通路與零售策略個案分析	C1、C2、C4 規劃通路並執行通路管理。	2
8	數位行銷與社群媒體個案分析	B6、C5 行銷管理與協助通路銷售活動。	2
9	期中考		2
10	服務行銷與顧客關係管理個案	B2、B6 提升服務品質與顧客維繫策略。	2
11	新產品開發與創新行銷個案	B2、B4、C3 擬定新產品策略與通路規劃。	2
12	定價與價值策略個案	B4 擬定價格策略以追求利潤與顧客價值最大化。	2
13	整合行銷傳播與廣告個案分析	B5、B6 執行促銷與行銷溝通管理。	2
14	國際行銷與跨文化個案分析	B1、B3、C2 評估國際市場與通路策略。	2
15	永續與綠色行銷個案	B2、B5 回應市場與社會責任需求。	2
16	危機行銷與企業形象管理個案	B6 應變管理與溝通協作能力。	2
17	綜合案例實作分析與發表	B1-B6、C1-C6 整合應用行銷與通路職能。	2
18	期末考		2

5.3 教學活動

講授法：以理論架構結合理論與案例分析。

討論法：進行行銷策略與社群行銷案例討論。

6. 成績評量方式

- (1)期中考：30%，筆試
- (2)期末考：30%，筆試
- (3)平時成績：40%，包含出席率、上課表現等。
- (4)各項成績比率得由授課老師彈性決定。授課老師須於學期初向任教班級詳細說明成績計算方式並填入教學計畫表；必要時，授課老師得依學校成績計算相關規定調整，並公告週知，以免爭議。

7. 教學輔導

7.1 課業輔導/補救教學對象：

- (1)成績預警之學生：學習進度落後，以及期中考和成績低於 60 分的同學依「美和科技大學學生課業及考照輔導辦法」，配合教師發展中心、成績預警制度進行輔導。
- (2)成績欠佳之學生：凡學習成效不佳、動機不強之學生，除特別提醒外並安排於課輔時間了解原因並輔導，同時強化學生於報告及討論等平時成績的參與及重視。
- (3)有特別學習需求之學生：因其他特殊學習需求，學生有個別需要深入瞭解本科目更深入的學習內容、特殊主題或進階應用有興趣者。

7.2 課業輔導/補救教學之實施

課業輔導/補救教學之實施方式，採下列方式進行：

- (1)分組互助教學：建立小組同儕學習制度，將學生予以分組，並於每組中安排成績優異的學生擔任組長，以隨時協助成績欠佳學生跟上學習進度，並可借此形成互相觀摩學習的讀書風氣。
- (2)課後輔導：由授課教師於課輔時間 (Office Hours)，幫助成績欠佳或有特別學習需求之學生，進行課後輔導。
- (3)補救教學：授課教師額外指定成績欠佳學生，進行課後作業練習，使其能在不斷的練習中獲得進步。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：授課老師安排

◆ 輔導老師聯繫方式：

(1). 授課教師手機：

(2). 授課教師：

(3). 教師研究室：