

美和科技大學



企業管理系

課程規範

課程名稱：

創意行銷

中華民國 114 年 8 月制定

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	創意行銷	
	英文	Creative Marketing	
適用學制	四技	必選修	必修
適用部別	日間部	學分數	2/2
適用系科別	企業管理系	學期/學年	學期
適用年級/班級	二年級/甲班	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。

「 行銷與銷售— 行銷管理— 專業職能	就業途徑	職能 (請依各系設定之目標人才，至 UCAN 系統查詢所屬 之專業職能後填入)
	行銷人員	依組織或客戶之行銷需求，規劃及執行行銷計畫。
	品牌企劃	訂定年度品牌行銷計畫，撰寫行銷企劃及提案、專案執行品質監督等。

3. 課程對應之 UCAN 職能

課程 斜線	專業職能 M	專業職能 A
創意行銷	1. 內外部分析 2. 行銷組合 4P 策略 3. 行銷企劃	1. 創意發想 2. 商業模式

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：

- (1)使學生理解行銷的基本概念與理論，並能進一步將創意融入行銷組合策略中。
- (2)訓練學生運用內外部分析（如五力分析、SWOT）等工具進行市場機會識別與策略擬定。
- (3)提升學生撰寫完整行銷企劃案的能力，並透過期末報告的實作，強化企劃的執行與表達能力。

5. 課程描述

5.1 課程說明

本課程旨在結合行銷學的理論基礎與創新思維的應用。課程內容由基礎的行銷概念、內外部分析及策略矩陣開始，奠定學理基礎。接著深入探討市場區隔、定位與行銷組合，幫助學生掌握行銷策略的核心。本課程也注重「創意」的實踐，將教授曼陀羅思考法、商業模式圖、同理心地圖等創新工具，引導學生進行有效的創意發想與商業設計，並結合藍海策略的思維。透過系統化的課程設計與實作練習（期中報告），最終目標是讓學生能夠獨立彙整並提出一份具備創意與可行性的行銷企劃案（期末報告），以達成企業管理系強調的創意行銷人才培育目標。

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	課程簡介		2
2	行銷的基本概念	M	2
3	內外部分析	M	2
4	五力分析	M	2
5	策略矩陣	M	2
6	市場/產品區隔與定位	M	2
7	行銷組合	M	2
8	曼陀羅思考法	A	2
9	期中報告		2
10	行銷企劃案說明	M	2
11	創意發想	A	2
12	商業模式圖	A	2
13	同理心地圖	M	2
14	策略草圖價值曲線	M	2

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
15	藍海策略	M	2
16	彙整行銷企劃案內容	M	2
17	各組期末報告	A	2
18	期末報告講評與回饋		2

5.3 教學活動

- (1) 講述教學
- (2) 課堂實作
- (3) 成果報告

6. 成績評量方式

期中報告(課堂實務練習成果)：30%

期末報告(行銷企劃案報告)：30%

平時成績(出席率，課堂表現)：40%

7. 教學輔導

7.1 課業輔導/補救教學對象：

1.缺課學生。2.期中不及格學生。

7.2 課業輔導/補救教學之實施

課業輔導與補救教學的實施方式：

藉由課堂觀察與下課時間與學生自由交談，了解其學習成效，作為授課內容修正之參考，並且運用課輔時間（Office Hours）個別指導同學。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：授課教師 office hour

◆ 輔導老師聯繫方式：

(1). 授課教師：

(2). 校內分機：

(3). 授課教師 email：

(4). 教師研究室：