

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	策略行銷管理	授課 教師	林隆儀 LIN, LONG-YI
	STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	管科一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLGXJ1A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、開發研究潛力。</p> <p>二、整合多元領域。</p> <p>三、重視倫理道德。</p> <p>四、養成宏觀未來。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 培育具有科際整合之能力。</p> <p>B. 培育具有企業實務之經驗。</p> <p>C. 培育具有統計分析之基本素養。</p> <p>D. 培育具有財經分析之基本素養。</p> <p>E. 具有外語運用能力。</p> <p>F. 具有學術論文競賽能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程為行銷管理領域之進階課程，旨在介紹策略行銷管理理論之發展，策略行銷對企業的重要性，以及策略行銷在行銷管理實務上之應用。</p>		
	<p>This is the advanced course of marketing management. The main purpose of this course are to study the development of strategic marketing theory, expore the importance of strategic marketing for business, and it's application in marketing management real world.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系(所)核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應其「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列。)

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系(所)核心能力
1	1.學習策略行銷管理知識, 整合行銷管理領域相關知識, 為進階管理奠定良好基礎。 2.瞭解策略行銷管理在行銷管理領域之應用價值與貢獻。 3.具備各項策略行銷管理技能, 準備成為現代優秀經理人。	1.Study strategic marketing knowledge and integrate related knowledge of marketing management, build a good basis for advanced management. 2.Research the application value and the contribution of strategic marketing in marketing management. 3.Learning the strategic marketing skills in order to be a good manager.	C5	ABCD

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	1.學習策略行銷管理知識, 整合行銷管理領域相關知識, 為進階管理奠定良好基礎。 2.瞭解策略行銷管理在行銷管理領域之應用價值與貢獻。 3.具備各項策略行銷管理技能, 準備成為現代優秀經理人。	講述、討論、補充實例	報告、上課表現、繳交期末報告

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◆ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◇ 團隊合作	
◆ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	The Importance of Strategy in Business Management	
2	101/09/17~ 101/09/23	Introduction and Overview of Strategic Management	
3	101/09/24~ 101/09/30	External and Customer Analysis	
4	101/10/01~ 101/10/07	Competitor Analysis	
5	101/10/08~ 101/10/14	Market and Submarket Analysis	
6	101/10/15~ 101/10/21	Environmental Analysis and Strategic Uncertainty	
7	101/10/22~ 101/10/28	Internal Analysis	
8	101/10/29~ 101/11/04	Creating Advantage, Synergy and Commitment vs. Opportunity vs. Adaptability	
9	101/11/05~ 101/11/11	Seminar	
10	101/11/12~ 101/11/18	Alternative Value Propositions	
11	101/11/19~ 101/11/25	Building and Managing Brand Equity	
12	101/11/26~ 101/12/02	Energizing the Business	

13	101/12/03~ 101/12/09	Leveraging the Business	
14	101/12/10~ 101/12/16	Creating New Business	
15	101/12/17~ 101/12/23	Global Strategies	
16	101/12/24~ 101/12/30	Setting Priorities for Business and Brands: The Exit, Milk and Consolidate Options	
17	101/12/31~ 102/01/06	From Silos to Synergy: Harnessing the Organization	
18	102/01/07~ 102/01/13	Case Study and Discussion	
修課應 注意事項	<p>1.報告、討論為主，理論引伸、補充實例為輔。 2.同學務必先行預習，課堂上回答問題，熱烈參與討論。 3.不缺課、不遲到、不早退，請假請按學校規定辦理。 4.上課中請關閉行動電話，不交頭接耳，專心學習。 5.期末每人繳交一篇策略行銷管理書面報告。針對本課程所使用主要教材個案研討（補充個案）寫一篇書面報告，參照本學期所學到的策略管理原理與方法撰寫，採用A4紙張12號字，文長以10頁（5,000）字為原則，101年12月31日上課時繳交</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	策略行銷管理—全球觀點，林隆儀譯（2011），David A. Aaker and Damien McLoughlin著，華泰文化事業公司出版。		
參考書籍	<p>1.策略管理，朱文儀、陳建男、黃豪臣譯（2010），Gareth R. Jones and Charles W. L.Hill著，第九版，華泰文化事業公司出版。 2.攻防策略14式—行銷人's必殺技，林隆儀譯（2007），Jorge A. Vasconcellos著，五南圖書出版公司出版。 3.行銷策略管理，林隆儀譯（2006），第五版，Orville C. Walker, Jr. John W. Mullins, Harper W. Boyd, Jr., and Jean-Claude Larreche 著，五南圖書出版公司出版。</p>		
批改作業 篇數	篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）		
學期成績 計算方式	<p>◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈參與討論〉：20.0 %</p>		
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址：http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p>※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>		