

# 南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	70D23U01
課程中文名稱	行銷企劃實務
課程英文名稱	Marketing Planning Practice
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	四技企管三甲 四技企管三乙
任課教師	簡南山
上課教室(時間)	週三第 7 節(S316) 週三第 8 節(S316) 週三第 9 節(S316)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	TIMS 初階行銷專業能力認證~行銷企劃證照
輔導考照 2	
課程概述	以行銷管理的基本理論為基礎架構，以一般企業中與行銷相關的企劃內容為學習對象，分析探討行銷基本理論概念如何有效運用在行銷企劃實務的工作上，同時以 TIMS 初階認證的基本測驗來檢視基本的行銷專業能力。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標</p> <p>-----</p> <p>1.能瞭解行銷企劃的各種類型與實務內容，To be able to understanding marketing business planning each kind of type and practice content，3 行銷與業務知識</p> <p>2.能分辨企業經營實務中各種行銷策略與技術的類型，並在不同的經營條件下適當地規劃與運用，To be able to identify the kind of marketing strategy and the technical type in each enterprise manages practices, and propose marketing planning under different operating condition suitably，7 整合與企劃</p> <p>3.具備通過 TIMS 行銷專業能力認證初階行銷企劃證照的能力，Has ability which passes through the TIMS preliminary marketing business planning authentication，8 實務技能與證照</p> <p>4.能精簡表達實務案例的內容，並能分享與討論不同作法的利弊得失，To be able to simplify practice case content, and can share and discuss the advantages success and failure under the different conditions and decisions，12 表達與溝通</p> <p>5.能與團隊伙伴分享學習成果與完成團隊作業，並共同承擔學習成果，To be</p>

	able to share learning achievement and complete the team work with the team partner, and undertakes the study achievement together , 13 工作態度與團隊合作
中文課程大綱	<ul style="list-style-type: none"> <li>一、 行銷企劃內容的共同原則</li> <li>二、 行銷策略規畫流程與行銷企劃實務</li> <li>三、 行銷研究與市場企劃實務</li> <li>四、 產品策略與新產品上市企劃實務</li> <li>五、 通路策略與業務企劃實務</li> <li>六、 推廣策略與廣告企劃實務</li> <li>七、 價格策略與促銷企劃實務</li> <li>八、 顧客關係管理與顧客滿意企劃實務</li> <li>九、 品牌策略與市場定位企劃實務</li> </ul>
英/日文課程大綱	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. The Common Principles in Marketing Planning</li> <li>2. Marketing Strategy Planning Process and Planning Practice</li> <li>3. Marketing Research and Market Planning Practice</li> <li>4. Product Strategy and New Product Planning Practice</li> <li>5. Channel Strategy and Service Business Planning Practice</li> <li>6. Promotion Strategy and Advertising Planning Practice</li> <li>7. Pricing Strategy and Sales Planning Practice</li> <li>8. Customer Relation management and Customer Satisfied Planning Practice</li> <li>9. Brand Strategy and Position Planning Practice</li> </ul>
課程進度表	<p>週次 時間 課程內容 教材章節</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 課程簡介與行銷企劃職缺分析</li> <li>2 行銷企劃的理論與實務 補充教材</li> <li>3 環境分析、市場調查與行銷企劃 第 2,3,4 章</li> <li>4 行銷策略規畫 (個案 1) 第 1 章(1)</li> <li>5 市場區隔與定位(個案 2) 補充教材 (2)</li> <li>6 產品行銷企劃一(個案 3) 第 6 章 (4)</li> <li>7 產品行銷企劃二 第 5 章 (4)</li> <li>8 品牌行銷企劃 (個案 4) 第 7 章 (5)</li> <li>9 期中考 (繳交期中報告)</li> <li>10 行銷企劃提案與撰寫技巧 補充教材</li> <li>11 推廣企劃一(促銷企劃-個案 5) 第 10 章 (8)</li> <li>12 推廣企劃二(活動企劃-個案 6) 第 11,12 章 (8)</li> <li>13 訂價策略 補充教材 (6)</li> <li>14 價格行銷企劃(個案 7) 第 8 章(6)</li> <li>15 通路策略與通路方案(個案 8) 第 9 章(7)</li> <li>16 企業經營企劃小組期末報告一</li> </ul>

	17 企業經營企劃小組期末報告二 18 期末考試
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>能瞭解行銷企劃的各種類型與實務內容，課堂講授，筆試筆試</p> <p>能分辨企業經營實務中各種行銷策略與技術的類型，並在不同的經營條件下適當地規劃與運用，課堂講授啟發思考，筆試筆試</p> <p>具備通過TIMS行銷專業能力認證初階行銷企劃證照的能力，課堂講授，筆試筆試</p> <p>能精簡表達實務案例的內容，並能分享與討論不同作法的利弊得失，課堂講授實作演練，課堂展演</p> <p>能與團隊伙伴分享學習成果與完成團隊作業，並共同承擔學習成果，分組討論實作演練，口頭報告書面報告</p>
指定用書	<p>書名：行銷企劃~虛實整合新思維</p> <p>作者：蕭富峰</p> <p>書局：智勝文化出版</p> <p>年份：2015</p> <p>ISBN：9789577299758</p> <p>版本：</p>
參考書籍	<p>台灣行銷科學學會, 2017, TIMS 行銷專業能力認證~行銷企劃證照題型題庫, 前程文化出版</p> <p>戴國良, 2017, 企劃案撰寫~理論與案例, 鼎茂圖書出版</p> <p>曾光華著, 2014, 行銷企劃, 前程文化出版</p>
教學軟體	
課程規範	