

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	70M18901
課程中文名稱	行銷個案分析
課程英文名稱	Marketing Case Analysis
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	碩研企管一甲 碩研人資一甲
任課教師	郭幸萍
上課教室(時間)	週五第 6 節(S307) 週五第 7 節(S307) 週五第 8 節(S307)
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	
輔導考照 2	
課程概述	行銷個案旨在介紹行銷個案之本質、技術與範圍，本課程的重點在個案分析方法，期使你學會運用個案分析方法於行銷管理與行銷研究的問題上。本課程將優先介紹最常用的行銷個案，包含行銷組合與顧客滿意策略，並特別強調資料分析技術的觀念性基礎、應用及解釋。討論以培養學生批判與專業分析能力為主，探討個案分析方法在行銷管理與行銷研究上之應用，及如何撰寫與進行行銷個案報告。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	
中文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷研究企劃書個案:顧客滿意度研究 2. 行銷研究企劃書個案:市場可行性研究 3. 行銷研究企劃書個案:商圈評估與零售地點選擇 4. 行銷研究企劃書個案:競爭分析 5. 行銷研究企劃書個案:廣告效果評估 6. 行銷研究企劃書個案:促銷效果評估 7. 企業行銷個案討論與分析
英/日文課程大綱	Marketing research plan case: <ol style="list-style-type: none"> 1. Customer Satisfaction Research 2. Market Feasibility Study

	3. Business district assessment and retail location selection 4. Competitive analysis 5. Advertising effectiveness assessment 6. Evaluation of promotion results 7. Discussion and Analysis of Enterprise Marketing Cases
課程進度表	
教學方式與評量方法	
指定用書	
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	