

南臺科技大學 107 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	H0D11301
課程中文名稱	生技行銷學
課程英文名稱	Biotechnology Marketing
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	四技生技三甲 四技生技三乙
任課教師	褚俊傑
上課教室(時間)	週一第 7 節(I0209) 週一第 8 節(I0209) 週一第 9 節(I0209)
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	生技產業的商機決定在解構經營、行銷與競爭策略，因此，「創新」永遠是企業致勝的關鍵，「新奇」永遠是顧客的最愛！透過兩者的融合以尋求生技產業之行銷契機。本課程旨在討論生技產品的研發、行銷、企劃與上市計劃，以期成功的區隔市場、做好品牌定位乃至抓住客消費者的的心。
先修科目或預備能力	對生物產業之市場行銷之有興趣之本系同學與無生物科技背景之非本科系同學皆可選修
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.生技市場區隔與產品定位，Biotech marketing segmentation and product positioning，1 生技專業知識 2.生技市場行銷策略，Strategy for biotech marketing，6 解決問題能力 3.生技產品之完全通路行銷，Full integrated gateway for biotech products，5 表達溝通技巧 4.生技產品之全球行銷，Global marketing for biotech product，7 團隊合群互動
中文課程大綱	2009/0916 課程介紹 2009/0923 生技產業的商機 2009/0930 全球知名生技公司之市場行銷 2009/1007 台灣知名生技公司之市場行銷 2009/1014 生技市場行銷規劃 2009/1021 生技市場行銷策略

	<p>2009/1028 生技產品之品牌策略</p> <p>2009/1104 生技產品之組合策略</p> <p>2009/1111 期中考</p> <p>2009/1118 生技市場區隔與產品定位</p> <p>2009/1125 生技產品價格策略與訂價方法</p> <p>2009/1202 生技產品之電子商務行銷</p> <p>2009/1209 生技產品之網路購物行銷</p> <p>2009/1216 生技產品之會員制的行銷</p> <p>2009/1223 生技產品之完全通路行銷</p> <p>2009/1230 生技產品之全球行銷</p> <p>2010/0106 合約書與營運計劃書之制定</p> <p>2010/0113 期末考</p>
英/日文課程大綱	<p>20080917 Lesson introduction</p> <p>20080924 Opportunity of biotech industries</p> <p>20081001 Marketing for well-known biotech companies worldwide</p> <p>20081008 Marketing for well-known biotech companies in Taiwan</p> <p>20081015 Plan to biotech marketing</p> <p>20081022 Strategy for biotech marketing</p> <p>20081029 Brand for biotech marketing</p> <p>20081105 Combination skills for biotech marketing</p> <p>20081112 Middle-examination</p> <p>20081119 Biotech marketing segmentation and product positioning</p> <p>20081126 Cost pricing for biotech products</p> <p>20081203 Biotech products by electronic commerce</p> <p>20081210 Biotech products by online shopping</p> <p>20081217 Biotech products by membership Shopping</p> <p>20081224 Full integrated gateway for biotech products</p> <p>20081231 Global marketing for biotech products</p> <p>20090107 Contrast and proposal for biotech company</p> <p>20090114 Final-examination</p>
課程進度表	<p>第一周:課程介紹</p> <p>第二周:食品行銷導論</p> <p>第三周:食品市場規劃的企劃</p> <p>第四周:食品消費者市場和消費者購買行為</p> <p>第五周:食品組織市場和組織的購買行為</p> <p>第六周:競爭分析</p> <p>第七周:市場評估與預測</p> <p>第八周:市場區隔、目標市場與定位</p> <p>第九周:期中考</p>

	第十周:產品策略、服務策略與品牌策略 第十一周:定價策略 第十二周:行銷通路策略 第十三周:促銷策略 第十四周:廣告與公共關係策略 第十五周:整合行銷溝通策略 (業界講師) 第十六周:行銷組織及執行 (業界講師) 第十七周:行銷績效評估 (業界講師) 第十八周:期末考
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 生技市場區隔與產品定位，課堂講授，日常表現筆試 生技市場行銷策略，課堂講授，日常表現筆試 生技產品之完全通路行銷，課堂講授，日常表現筆試 生技產品之全球行銷，課堂講授，日常表現筆試
指定用書	書名： 作者： 書局： 年份： ISBN： 版本：
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	