



《尊重智慧財產權，請使用正版教科書，勿非法影印書籍及教材，以免侵犯他人著作權》

開課班級:

授課老師: 王采蕎

學分數: 0.6

課程大綱:

本課程深入探討行銷策略、品牌建立、智慧財產權保護，以及國際市場與跨文化經營。透過理論與實務結合，學生將學會選擇與實施不同行銷策略，重視品牌價值的建立，掌握智慧財產權的基本原則，並瞭解進入國際市場的關鍵挑戰。課程結合案例分析與實作，培養學生的行銷專業素養，使其能夠在全球商業環境中脫穎而出。

outline:

This course delves into marketing strategy, brand establishment, intellectual property protection, and international market entry with a focus on cross-cultural management. Through a blend of theory and practical application, students will learn to select and implement diverse marketing strategies, prioritize brand value creation, understand the fundamentals of intellectual property protection, and grasp key challenges in entering international markets. The course integrates case studies and hands-on projects to cultivate students' professional competence in marketing, empowering them to stand out in the global business environment.

教學型態:

遠距教學(同步)

成績考核方式:

平時成績:100%

期中考:0%

期末考:0%

其它:%

本科目教學目標:

參考書目:



課程進度表：

週次	起訖月日	授課單元(內容)	備註
第1週	2.19~2.26	無	8日正式上課。8~12日課程加退選，轉學(系)生、復學生及延修生選課，雙主修、輔系申請，12日申辦抵免學分截止日
第2週	2.26~3.04	無	
第3週	3.04~3.11	無	28日(日)孔子誕辰紀念日/教師節(放假),29日(一)補假
第4週	3.11~3.18	無	29日成績優異提前畢業者提出申請截止日
第5週	3.18~3.25	無	6日(一)中秋節(放假)，10日(五)國慶日(放假)
第6週	3.25~4.01	<p>I;; 目標客戶定義: 教授如何明確定義目標客戶群，深入了解他們的需求、期望和購買行為。 Define Target Audience: Identify the target audience, understand their needs, expectations, and purchasing behavior.;</p> <p>I;; 競爭環境分析: 分析競爭對手，掌握市場上的強項和弱點，以制定更有效的行銷策略。 Competitive Environment Analysis: Analyze competitors, grasp strengths and weaknesses in the market to formulate more effective marketing strategies.;</p> <p>I;; 價值主張與品牌建立: 強調如何塑造獨特的價值主張，打造有吸引力的品牌形象，提高產品或服務的認知度。 Value Proposition and Branding: Emphasize how to shape a unique value proposition, create an attractive brand image, and increase awareness of products or services.;</p> <p>I;; 銷渠道與推廣策略: 探討不同的行銷渠道，包括線上和線下，並介紹多元的推廣策略，如社交媒體行銷、內容行銷等。 Distribution Channels and Promotion Strategies: Explore different marketing channels, including online and offline, and introduce diverse promotion strategies such as social media marketing, content marketing,</p>	14日學生宿舍安全輔導暨複合式防災疏散演練。18日多益測驗



		<p>etc.;;;;;; I;;</p> <p>公共關係與媒體合作: 提供與媒體、產業相關人士合作的方法，以 提升品牌曝光度。 Public Relations and Media Collaboration: Provide methods for collaborating with media and industry-related individuals to enhance brand exposure.;;;;;; I;;</p> <p>數據分析與效果評估: 強調使用數據分析工具，評估行銷活動的效 果，並依此做出調整。 Data Analysis and Performance Evaluation: Emphasize the use of data analysis tools to evaluate the effectiveness of marketing activities and make adjustments accordingly.;;;;;; I;;</p> <p>創業者的品牌形象: 討論創業者自身在品牌建立中的角色，如何 成為品牌的代表性人物。 Entrepreneur's Brand Image: Discuss the entrepreneur's role in branding, how to become a representative figure for the brand.;;;;;; I;;</p> <p>案例分享與實際操作: 提供成功行銷案例分享，並透過實際操作和 案例練習，讓參與者具體應用所學知識。 Case Study: Provide successful marketing case studies and allow participants to apply the knowledge through exercises and case studies.</p>	
第7週	4.01~4.08	無	24日(五)補假，25日(六)光復暨古寧頭大捷日(放假)。
第8週	4.08~4.15	<p>從創新到智慧財產權 專利的內在價值-專利生命週期管理、專利 品質、價值和價格 專利的內在價值-專利資料分析用於決策 From innovation to intellectual property Intrinsic value of patent- Patent life cycle management, Patent quality, value, and price Extrinsic value of patent- Patent data analytic for decision-making</p>	30日校課程委員會
第9週	4.15~4.22	無	3~9日期中考試
第10週	4.22~4.29	無	13日教務會議,16日教師期中 成績上網登錄截止日
第11週	4.29~5.06	無	
第12週	5.06~5.13	國際市場與跨文化經營	24~28體育運動週。24日校園 路跑。27日運動大會夜間開



			幕，28日運動大會活動，29日101週年校慶活動日，照常上班
第13週	5.13~5.20	無	
第14週	5.20~5.27	無	12日申請停修課程截止日
第15週	5.27~6.03	無	
第16週	6.03~6.10	無	22日校務會議。25日行憲紀念日(放假)
第17週	6.10~6.17	無	1日(四)開國紀念日(放假)
第18週	6.17~6.24	無	5~11日期末考試，10~11日學生退宿