

EiMBA Program

**Syllabus of
Entrepreneurship Marketing**
創業行銷教學大綱

Acronym: EM

*The contents of course outline are subject to change



目錄

課程資訊.....	3
課程目的.....	3
修課規定.....	3
課程主題與時程表.....	錯誤! 尚未定義書籤。
週次 1 總論.....	4
週次 2 市場研究簡介、情報與趨勢.....	4
週次 3 消費者行為.....	4
週次 4 顧客關係管理.....	4
週次 5 市場區隔策略及定位策略.....	5
週次 6 品牌決策.....	5
週次 7 新產品開發.....	5
週次 8 期中檢核.....	5
週次 9 產品決策.....	5
週次 10 價格決策.....	5
週次 11 通路決策.....	5
週次 12 零售決策.....	5
週次 13 溝通決策 (1).....	5
週次 14 溝通決策 (2).....	5
週次 15 專題報告.....	5
參考教材.....	6
評分標準.....	6



課程資訊

授課日期：2016/09/13~2017/01/03

授課時間：週二 (6:30pm--9:30pm)

授課地點：管理學院重光講堂

授課教授：

謝明慧
台灣大學管理學院二館 813 室
✉ minghsieh@ntu.edu.tw
☎ 02-3366-3850

周庭銳
台北市大安區基隆路四段 43 號研揚大樓 7 樓
✉ tingjui.chou@gmail.com
☎ 0963912908

課程目的

簡而言之，行銷是一種創造、溝通及交換價值，以經營顧客關係管理的過程；而創業行銷強調的則是在複雜、多變的環境之中，資源有限的企業主動地發現、評估市場機會；並運用創新方式來槓桿資源、共創價值，以經營顧客關係管理的過程。因此，本課程的目的除了讓同學了解行銷在學術研究及管理實務上的重要地位之外，並將加強與「創業」導向相關的行銷理論及實務。為了達到這樣的目的，本課程將涵蓋三個面向：1) 行銷的重要概念、流程及行銷在企業策略所扮演的角色；2) 多變的行銷環境及複雜的消費決策；3) 行銷策略及執行方式。同時，課堂上也會探討當代的創業行銷議題，包括：全球化、電子商務、社會責任等。

修課規定

1. 上課時請踴躍提出問題及發表意見，此部分列為課程參與成績。
2. 外賓演講時，請記錄心得；在下次上課日前兩天（星期日）的晚上9點前上傳至CEIBA網頁的作業區。
3. 所有組別均須依照課堂指定作業，繳交ppt格式的【企劃專題】相關報告，每個問題的答案請不要超過兩頁，請在下次上課日前兩天（星期日）的晚上9點前上傳至CEIBA網頁的作業區。
4. 【實務專題】簡報以ppt格式呈現，專題報告則以word格式繳交，請在學期結束前上傳至CEIBA網頁的作業區；若檔案過大，請email給助教。



課程主題與時程表

09/13 謝&周	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Introduction: reviewing the syllabus ● Basic concepts of marketing (A1) ● Marketing for the 21st Century (A1/ B14) ● The emergence of entrepreneurial marketing (B2)
	Activities	Team Up: 【企劃專題】與【實務專題】
09/20 周&謝	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● New Five forces amid digital age ● Gathering Information and Scanning the Environment (A3) ● Using marketing research to ensure entrepreneurial success (A4/B4) (brief introduction of research method)
	Activities & reflection	Exercise
09/27 謝	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Consumer Behavior <ul style="list-style-type: none"> ✓ Consumer decision process ✓ Micro factors that influence consumer decision ✓ Macro factors that influence consumer decision
	Activities & reflection	Case: Stick K (HBS)
10/04 周	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Customer equity and customer relationship management <ul style="list-style-type: none"> ✓ Customer orientation ✓ Customer database management ✓ Customer participation ✓ Prosumer
	Activities & reflection	Guest Presentation_1
10/11 謝	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● STP (A6/8) <ul style="list-style-type: none"> ✓ Segmentation criteria ✓ Targeting strategies STP (A6/8) ✓ Product vs. brand positioning
	Activities & reflection	Mini case_「第一戰成功·第二戰疑惑？」 HBR, April 2013
10/18 謝	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Building and sustaining strong entrepreneurial brand (A9/B9) <ul style="list-style-type: none"> ✓ The importance of brand ✓ Entrepreneurial branding process ✓ Entrepreneurial branding strategy
	Activities & reflection	Exercise
10/25 周&謝	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Developing new Entrepreneurial product/services <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recognizing, Identifying and Creating opportunity (B5) ✓ Generating, screening, evaluating ideas, market testing and roll out new product/services(A20) Adoption and diffusion (A20)
	Activities & reflection	Guest Presentation_2
11/01		Mid term (【企劃專題】期中報告)



周&謝		
11/08 周	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrepreneurial Product decision (A12/B7) <ul style="list-style-type: none"> ✓ Product offering (A12) ✓ Running a different race: from innovative products to revolutionary business model (B7)
	Activities & reflection	Mini case_「菜單品項拉鋸戰:要獨家菜色還是要多樣化?」HBR, June 2016
11/15 周	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrepreneurial price decision (A12/B7) <ul style="list-style-type: none"> ✓ Value based vs. cost based pricing (A14) ✓ Pricing strategies (A12/14) ✓ Pricing secret of market shapers (B11)
	Activities & reflection	Guest Presentation_4
11/22 周	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrepreneurial channel decision <ul style="list-style-type: none"> ✓ Channel management (A15) ✓ Changing channel: redefining distribution strategy (B12)
	Activities & reflection	Guest Presentation_5
11/29 周	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrepreneurial Retailing Decision (A16)
	Activities & reflection	Guest Presentation_EZ 訂
12/06 謝	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrepreneurial promotion and communication decision <ul style="list-style-type: none"> ✓ Communication theory and IMC (A17)
	Activities & reflection	Guest Presentation_Band
12/13 周&謝	Lecture	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrepreneurial promotion <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trends in customer communication practices (B8) ✓ Word of mouth marketing ✓ SoLoMo and its implications
	Activities & reflection	Mini case_「團購網是萬靈丹嗎?」HBR, May 2012
12/20 謝&周	Activities & reflection	【企劃專題】與【實務專題】期末報告



參考書籍

- A. Kolter, Keller, Ang, Leong and Tan. 2012. Marketing Management: An Asian Perspective. Fifth edition. Prentice Hall. 華泰書局代理
- B. Rethinking Marketing: The Entrepreneurial Imperative. Schindehutte, Minet, Ph.D./ Morris, Michael H./ Pitt, Leyland F. · Prentice Hall · 出版日期：2008-01-02.

評分標準

☉上課參與	20%
☉課前作業及實務分享心得	10%
☉【實務專題】簡報及書面報告	30% (小組)
☉【企劃專題】期中及期末報告	30% (小組)
☉他組專題評論	10%

◇ 【實務專題】課前作業

由講者出作業，例如要求同學閱讀公司資料、visit 網站或實體店面、試用產品(if applicable)、或資料蒐集 (e.g. 觀察/訪問商品的購買行為? 市面上的競爭者? 個人或親友使用該產品或類似產品的經驗? ...)

◇ 【實務專題】實務分享

40-50 分鐘創業經驗分享、10-20 分鐘 Q&A。請每位講者分享如何發現商機、評估/確認商機、實現商機以及甘苦談等。除此之外，個別講者將多加著墨某一議題 (但不限於此議題)：

- 產品決策: 產品到平台規劃
- 價格決策: dynamic pricing
- 通路決策: O2O
- 推廣溝通決策: 社群經營

◇ 【企劃專題】與【實務專題】

a. 【實務專題】：由講者要求同學針對講者公司目前在經營上 (e.g., 定位、產品開發、通路拓展、推廣溝通、與夥伴合作方式等) 的問題提供解決方案；每兩組對應一位講者指定的期末專題，12/05(六)統一進行專題簡報。

b. 【企劃專題】：各組自行決定企劃案的主軸以及亮點

- 1) 每組報告時間為 15 分鐘，Q & A 時間 5 分鐘；報告方式不拘，由一人代表上台、或是全組組員輪流報告皆可。同一主題的組別報告完後，由老師和該主題與會者進行講評。
- 2) 非報告組別同學亦須專心聽取報告組的內容及完成評分表 (會計入成績)，並請各組準備至少一個問題於 Q & A 時間提問。