

靜宜大學國際學院
全球品牌與行銷碩士在職學位學程
城市創新行銷碩士在職學位學程
Executive Master of International Branding and Marketing (EM^{IBM}) Program
Executive Master of Marketing in Urban Innovation (EM²UI) Program
International College, Providence University

行銷策略與競爭力 Marketing Strategies and Competitiveness

課程的特色：

全球新經濟消費結構與購買行為進入全新並快速蛻變的時代，企業如何在此瞬息萬變、動盪的競爭環境中，保持優勢地位及營運成長之續航力？企業不僅僅要持續關注於品牌行銷力(Branding and Marketing Capability)的培養，透過「動人心扉」(Touch people' s souls)的行銷策略，以確保價值專屬化(Value Appropriation)所獲取的品牌行銷利潤；更必須投入更大的資源於行銷研發(R&D in Marketing)，培養企業數位分析能力(Digital and Analytics Capability)，以增強價值創新(Value Creation)的能耐，達到真正能「洞人心扉」(Read people' s mind)的創新策略，才能掌握住未來市場的脈動，維持競爭優勢地位及營運成長之續航力。

教學目標：

1. 讓學員熟習行銷觀念與技巧，並協助熟練行銷分析架構的技術能力。
2. 讓學員學習如何組織有效的行銷管理活動。

課程結束學員們將學會如何利用行銷分析架構工具，去分析顧客、競爭及行銷優點與缺點。而本課程將協助你開發出對目標市場的更具消費者洞見的行銷組合，持續保有競爭品牌地位並滿足消費者的需求。

上課週數	授課進度	備註
第一週	行銷思潮演進（一）： <ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷 1.0 → 被動式行銷思惟與操作 ■ 行銷 2.0 → 主動式行銷思惟與操作 	個案一
第二週	行銷思潮演進（二）： <ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷 3.0 → 互動式行銷思惟與操作 ■ 行銷 4.0 → 連鎖式行銷思惟與操作 	個案二
第三週	行銷戰略地圖： <ul style="list-style-type: none"> ■ 你的 SWOT 分析有用嗎？ ■ 整合公司資源，上下一心，左右協同 	個案三
第四週	顧客與客戶行為分析： <ul style="list-style-type: none"> ■ 你真的了解顧客(客戶)的心扉嗎？ ■ 為什麼有些顧客(客戶)就是這麼難搞？如何對付呢？ 	個案四
第五週	市場區隔策略： <ul style="list-style-type: none"> ■ 性別、年齡是區隔市場的基礎嗎？錯！ ■ 所得高的人就一定不在乎價格？錯！ 	個案五
第六週	市場定位與競爭分析： <ul style="list-style-type: none"> ■ 你在顧客(客戶)心中的地位在哪？ ■ 你與競爭者之間的差異化與獨特性，顧客(客戶)們買單嗎？ 	個案六
第七週	產品管理： <ul style="list-style-type: none"> ■ 從貨品→產品→商品→品牌之迢迢千里路 ■ 你的品牌有個性嗎？其生命週期有多長？ 	個案七
第八週	期中檢測學習成效	
第九週	新產品開發策略與方法： <ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客(客戶)願意付多少代價獲得他所想要的功能？ ■ 利潤最大化之下的最適產品組合設計為何？ 	個案八
第十週	廣告溝通策略： <ul style="list-style-type: none"> ■ 如何見人說人話，見鬼說鬼話？ ■ 如何一見鍾情、鍾情一生？ 	個案九
第十一週	線上與線下通路整合策略 <ul style="list-style-type: none"> ■ 賣場虛擬化、網路實體化 ■ 產銷合一？產銷分離？ 	個案十
第十二週	成交的最後關鍵：價格策略 <ul style="list-style-type: none"> ■ 低價位策略是萬靈丹嗎？ ■ 如何將價格歧視成為定價策略工具？ 	個案十一
第十三週	行銷戰略之專題講座與討論：腳踏車產業分析與市場研究	
第十四週	行銷戰略之專題講座與討論：運動鞋產業分析與市場研究	
第十五週	行銷戰略之專題講座與討論：工具機產業分析與市場研究	
第十六週	行銷戰略之專題講座與討論：化妝品產業分析與市場研究	
第十七週	行銷戰略之專題講座與討論：新零售產業分析與市場研究	
第十八週	期末報告成果驗收	

任 立 中

臺北市羅斯福路四段 85 號管理學院二號館 804 室

☎: (02) 3366-4983 FAX: (02) 2363-8439

E-MAIL: lichung@ntu.edu.tw

現 職: 國立臺灣大學終生免評估教授
 靜宜大學資深策略副校長
 靜宜大學講座教授 暨 國際學院院長
 國立臺灣大學管理學院全球品牌與行銷研究中心 主任
 國立臺灣大學管理學院國際企業學系暨研究所 行銷教授
 台灣行銷科學學會 秘書長
 中華民國多國籍企業研究學會 理事長
 中華應用統計學會 理事長
 中華商管教育發展學會 理事長
 行銷科學學報 總編輯
 全球華人行銷聯盟(Global Chinese Marketing Federation) 主席
 亞洲行銷聯盟(Asia Marketing Federation) 台灣區代表理事

榮譽: 榮獲臺灣大學首批「獎勵特殊優秀研究人員獎」(99 學年度彈性薪資加給)
 榮獲 CMO Asia & CMO Council, USA. 2012 年第 3 屆亞洲最佳商學院獎最佳行銷教授獎

學歷: 美國俄亥俄州州立大學商學院行銷系 博士
 美國俄亥俄州州立大學商學院行銷系 碩士
 美國俄亥俄州州立大學統計系 碩士
 淡江大學管理科學研究所 碩士
 中國文化大學商學院企業管理學系 學士

經歷: 國立臺灣大學統計教學中心 主任
 國立臺灣大學統計碩士學位學程 統計教授兼主任
 中國文化大學商學院 院長
 中國文化大學觀光事業學系 系主任
 國立臺灣大學管理學院國際企業學系暨研究所 系主任
 美國俄亥俄州州立大學商學院行銷系講師及研究助理
 美國 Nationwide 保險公司行銷研究部門統計顧問
 中華經濟研究院第三所(國內經濟)助理研究員
 味全食品工業股份有限公司總經理室企劃組企劃課長



研究成果：

- ❖ 臺灣唯一在
 - ◆ 行銷(*Journal of Marketing Research*)
 - ◆ 統計(*Journal of American Statistics Association*)
 - ◆ 經濟(*Journal of Business & Economic Statistics*)
- 三大領域之頂尖期刊發表論文的學者。
- ❖ 研究專長包括行銷決策模式、大數據資料庫行銷、顧客關係行銷、聯合分析法、貝氏統計模型等。
- ❖ 指導過 10 篇博士論文及超過 200 篇的碩士論文(其中有 100 篇屬於大數據行銷議題)。
- ❖ 榮獲首批臺灣大學獎勵特殊優秀研究人員獎(彈性薪資)
- ❖ 榮獲二次國家科學委員會補助科學與技術人員赴國外短期研究
- ❖ 榮獲四次臺灣大學管理學院學術研究獎

教學成果：

- ❖ 2014 年獲聘為台灣行銷科學學會 TIMS 講座教授。
- ❖ 2012 年榮獲 CMO Asia & CMO Council (USA) 第 3 屆亞洲最佳商學院之最佳行銷教授獎
- ❖ 榮獲三次臺灣大學管理學院教學傑出獎
- ❖ 著作：『行銷源典：任意行銷首部曲』，2019 年 5 月，前程文化，臺北市。
『統計學：管理者必備的修煉』，2012 年 7 月，前程文化，臺北市。
『行銷研究：發展有效行銷策略之基石』，2015 年 11 月，前程文化，臺北市。
『逐鹿全球：新世代台商戰略 4.0』，2016 年 4 月，前程文化，臺北市。
『大數據戰略 4.0』，2016 年 10 月，前程文化，臺北市。
『大數據行銷：邁向智能行銷之路』，2019 年 5 月，前程文化，臺北市。
- ❖ 譯作：『新東協 ● 新思路：啟動未來經濟引擎的關鍵』，2016 年 1 月，前程文化，臺北市。
『行銷人攀越的 7 個頂峰：決策導向分析法』，2016 年 12 月，前程文化，臺北市。
『數位消費時代之競爭力行銷』，2018 年 1 月，前程文化，臺北市。



產學合作成果：

- ❖ 多年來擔任臺灣精品獎評審及政府相關部門的審議委員工作。
- ❖ 同時在產業界中，輔導過零售業、金融業、電信業、廣告業、製造業等超過 30 家以上中大型企業之 CRM 專案。
- ❖ 專案研究與講座：
 - 中國信託銀行
 - 燦坤集團
 - 臺灣大哥大
 - IBM
 - 台新銀行
 - 中華電信
 - 元大京華證券
 - 龍巖集團
 - 中國石油
 - Panasonic
 - 資策會
 - 商業發展研究院
 - 土地銀行
 - 中國生產力中心
 - 匯豐汽車
 - 福特汽車
 - 遊戲橘子
 - 華歌爾
 - 臺灣電通廣告
 - 美吾髮
 - 健保局
 - 永久直銷
 - 功典資訊
 - 歡揚資訊
 - 聯廣廣告
 - 依蝶百貨
 - 阿瘦皮鞋
 - 國泰銀行
 - 鷗業行動傳媒
 - PayEasy
 - 故鄉市調
 - 外貿協會
 - 奧美廣告
 - 永豐銀行
 - 松青超市
 - 敏盛醫療