

**行銷個案研討**  
**Marketing Case Studies Seminar**  
**2026-2027 115 學年度第 1 學期 (Fall 2026)**  
 Version 1 (202608)

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>開課系所<br/>Department</b>             | 企業管理研究所<br>Executive MBA Program, Department of Business Administration<br>必選修 <b>Required/Elective</b> ：選修 <b>Elective</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>課程名稱<br/>Course Name</b>            | 行銷個案研討 Marketing Case Studies Seminar<br>學分數 <b>Credits</b> ：3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>講授代碼<br/>Course Code</b>            | 115_1_520A145_01                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>授課教師<br/>Course Instructor</b>      | 授課教師 <b>Instructor</b> ：游蓓怡 Dr. Annie P. Yu<br>電子信箱 <b>Email</b> ：annieyu@ccu.edu.tw<br>連絡電話 <b>Phone</b> ：(05)272-0411 ext. 34323<br>教師辦公室 <b>Office</b> ：管理學院 440 / Management Hall Room 440                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>地點/時間<br/>Location/Time</b>         | 上課地點 <b>Location</b> ：管理學院研討室 441（教室待公告）/ College of Management Seminar Room (Room 441)<br>上課時間 <b>Time</b> ：每隔週六 17:40~21:10，共 9 次（實際日期另行公告）<br>Alternate Saturdays, 17:40~21:10, 9 sessions (dates TBA)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>先修課程<br/>Prerequisites</b>          | 行銷管理或同等基礎（建議先修）<br>Marketing Management or equivalent (recommended)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>課程概述<br/>Course Description</b>     | <p>本課程為 EMBA 在職專班之行銷個案研討課程，採哈佛式個案教學法（Case Method）。有別於理論講授，課程以「決策者」的視角，透過九個台灣在地企業個案的深度討論，引導同學將行銷管理理論應用於真實的經營情境，並結合自身豐富的實務經驗，練習界定問題、分析情勢、發展並評估行動方案。</p> <p>九個個案涵蓋當代行銷管理的關鍵議題：品牌經營與服務化、市場定位與定價、多品牌策略、通路管理與通路衝突、B2B 與需求鏈管理、服務業經營模式與連鎖擴張、創業行銷與創新、商業模式設計，以及文創產業與群眾募資。</p> <p>This is a case-method seminar in marketing for EMBA students. Rather than lectures, the course adopts the Harvard-style Case Method: through in-depth discussion of nine local Taiwanese business cases, students take the perspective of decision-makers, apply marketing management theory to real business situations, and—drawing on their own extensive professional experience—practice defining problems, analyzing situations, and developing and evaluating action plans.</p> <p>The nine cases span key issues in contemporary marketing management: brand building and servitization, positioning and pricing, multi-brand strategy, channel management and channel conflict, B2B and demand-chain management, service business models and chain expansion, entrepreneurial marketing and innovation, business-model design, and cultural/creative industries and crowdfunding.</p> |
| <b>課程目標及核心能力<br/>Course Objectives</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能運用行銷管理架構，分析真實企業所面對的行銷問題與決策情境。</li> <li>2. 培養以決策者視角界定問題、發展並評估行動方案的策略思考能力。</li> <li>3. 結合個人實務經驗與理論，於課堂討論中進行有效的溝通、論證與協作。</li> <li>4. 透過在地個案，深化對台灣產業行銷實務與經營環境的洞察。</li> </ol> <p>1. To apply marketing management frameworks to analyze real marketing problems and decision situations faced by companies.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 | <p>2. To develop strategic thinking—defining problems and developing and evaluating action plans from a decision-maker's perspective.</p> <p>3. To communicate, argue, and collaborate effectively in class discussion by integrating personal professional experience with theory.</p> <p>4. To deepen insight into Taiwan's industry marketing practices and business environment through local cases.</p>                                                                                                                                                           |
| 教學方法<br>Teaching Method         | <p>■ 個案教學法 (Case Method)    ■ 課堂討論    ■ 小組簡報與導讀    ■ 問題導向學習</p> <p>□ 講述    □ 網路教學    □ 實驗法    □ 其它</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 指定教材<br>Course Materials        | <p>光華管理個案收錄庫 (Kung-Hwa Management Cases Collections) 共九篇個案，詳見課程進度表；輔以行銷管理相關理論架構。</p> <p>Nine cases from the Kung-Hwa Management Cases Collections (see the class schedule), supplemented by marketing management frameworks.</p> <p>請遵守智慧財產權觀念，個案教材不得非法影印或外流。</p> <p>Please respect intellectual property rights. Do not illegally photocopy or distribute the case materials.</p>                                                                                                                                                                                     |
| 教學資源<br>Teaching Resources      | <p>Google Classroom Code : _____</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 參考資料/參考書<br>Reference           | <p>Kotler, P., Keller, K. L., &amp; Chernev, A. (2022), Marketing Management, 16th Edition, Pearson.</p> <p>曾光華，行銷管理：理論解析與實務應用，第 9 版，前程文化。</p> <p>Ellet, W. (2018), The Case Study Handbook, Revised Edition, Harvard Business Review Press. (個案分析方法)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 評量方式<br>Course Evaluation       | <p>課堂參與與討論 Class Participation &amp; Discussion — 30%</p> <p>個人個案分析報告 Individual Case Analyses (書面) — 30%</p> <p>小組個案導讀與簡報 Group Case Presentation — 20%</p> <p>期末個案／行動方案報告 Final Case / Action-Plan Report — 20%</p> <p>說明：本課程採個案教學，不設期中／期末筆試。課堂參與為評量核心，重視事前個案研讀與課堂貢獻的品質。</p> <p>加分 Bonus：主動連結自身企業經驗、提供產業觀點或補充資料者，酌予加分肯定。</p>                                                                                                                                                                                                                                         |
| 與 SDGs 目標的關聯<br>Related to SDGs | <p>□ SDG 1 終結貧窮 No Poverty</p> <p>□ SDG 2 消除飢餓 Zero Hunger</p> <p>□ SDG 3 健康與福祉 Good Health</p> <p>■ SDG 4 優質教育 Quality Education</p> <p>□ SDG 5 性別平權 Gender Equality</p> <p>□ SDG 6 淨水及衛生 Clean Water</p> <p>□ SDG 7 可負擔的潔淨能源 Affordable Energy</p> <p>■ SDG 8 合適的工作及經濟成長 Decent Work &amp; Growth</p> <p>■ SDG 9 工業化、創新及基礎建設 Industry, Innovation</p> <p>□ SDG 10 減少不平等 Reduced Inequalities</p> <p>□ SDG 11 永續城鄉 Sustainable Cities</p> <p>■ SDG 12 責任消費及生產 Responsible Consumption</p> <p>□ SDG 13 氣候行動 Climate Action</p> <p>□ SDG 14 保育海洋生態 Life Below Water</p> |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         | □ SDG 15 保育陸域生態 Life on Land<br>□ SDG 16 和平、正義及健全制度 Peace & Justice<br>■ SDG 17 多元夥伴關係 Partnerships                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 附註及相關規定<br>Important Notes and Policies | 1. 個案教學法的成效仰賴充分的課前準備。請同學務必於每次上課前完整研讀指定個案，並依「課前思考問題」預作分析與筆記，方能有效參與課堂討論。<br>2. 第一次上課即為正式上課，將說明個案教學法、進行分組並確認導讀分工，請同學務必出席。<br>3. 課堂參與為本課程評量核心，重質亦重量。教師將隨機邀請同學發言或擔任討論導言人；鼓勵同學連結自身產業與管理經驗，提出多元觀點。<br>4. 如需請假，請事先向老師說明並依規定補正式假單。EMBA 同學公務繁忙，仍請盡量全勤，以維持個案討論之連貫與品質。<br>5. 課程採用 Google Classroom 平台發布個案、討論題綱與作業，並延伸課後線上討論，請同學隨時注意課程訊息並依規定時間繳交。<br>6. 評量含個人與團隊成績。學期末將進行小組自評互評，依結果調整個人於團隊部分之成績。個案教材涉及著作權，請勿翻印或外流。 |

### 課程進度表 CLASS SCHEDULE（九次個案研討 / 9 Case Sessions）

| 次<br>Session | 個案 Case                                            | 主題與討論重點 Theme & Discussion Focus                                 |
|--------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 1            | 日月星舞咖啡莊園—咖啡職人的品牌服務化<br>Sun-Moon-Star Coffee Estate | 課程導論與個案教學法介紹；分組。<br>主題：顧客價值、品牌經營與服務化。<br>討論：如何將職人專業轉化為品牌體驗與顧客關係？ |
| 2            | 馬玉山食品—低價品牌搶攻市佔率<br>Ma Yu Shan Food                 | 主題：市場定位、定價策略與品牌成長。<br>討論：低價定位如何建立市佔率與品牌價值的平衡？                    |
| 3            | 喬福泡綿—多品牌策略之經營策略<br>Chiao Fu Foam                   | 主題：品牌組合與多品牌策略。<br>討論：自有品牌與代工並存下，多品牌如何定位與取捨？                      |
| 4            | 海瑞損丸—混合通路衝突<br>Hai-Rui Meatballs                   | 主題：通路管理與通路衝突。<br>討論：直營、經銷與電商混合通路的價格與衝突如何管理？                      |
| 5            | 成霖公司—需求鏈管理解決方案的發展<br>Globe Union / Cheng Lin       | 主題：B2B 行銷與需求鏈／供應鏈管理。<br>討論：如何以需求鏈解決方案深化 B2B 顧客關係與價值？             |
| 6            | 大學光學—連鎖化科技醫療服務經營模式<br>University Optical           | 主題：服務業經營模式、連鎖擴張與破壞式創新。<br>討論：專業服務如何標準化、連鎖化並跨足新市場？                |
| 7            | 瑞康國際—創業創新行銷模式<br>Ruikang International             | 主題：創業行銷、差異化與代理／自有品牌經營。<br>討論：新創如何以差異化產品切入成熟市場？                   |
| 8            | 春水堂—宙斯變身計劃<br>Chun Shui Tang                       | 主題：商業模式設計與科技創業之營運獲利模式。<br>討論：技術門檻不高時，如何建立可獲利且可持續的商業模式？           |
| 9            | 林生祥的創業歷程—群眾募資與音樂產業                                 | 主題：文創產業行銷與群眾募資；課程總結。<br>討論：文化創作如何透過群眾募資建立市場與社群？                  |

|  |                 |                |
|--|-----------------|----------------|
|  | Lin Sheng-Xiang | 期末個案／行動方案報告發表。 |
|--|-----------------|----------------|

※ 上表個案順序依行銷管理主題邏輯編排，實際上課日期與順序以課堂公告為準。