

[回上一頁](#)

國立金門大學

教學綱要

部別：日間部研究所碩士班

114學年度第2學期

列印日期：2026/01/22

科目名稱：長期照護策略與行銷管理專論 (Issues in Strategic and Marketing Management of Long-term Care Organizations)

開課班級：學 分：授課時數
長照碩一 2.0 : 2.0

授課教師：翁瑞宏

必選修：選修

1. 教學目標

1). 策略管理核心理論與重要工具的介紹。 2). 藉由內外部分析了解競爭優勢的本質。 3). 學習組織中各層級策略類型與實務。 4). 學習行銷核心意涵、架構與重要方法論。 5). 對於長照產業行銷進行實務研討。 6). 使同學能具備長期產業行銷管理之專業知能。

2. 教學綱要

1. 策略管理核心觀念與程序。
2. 內部與外部環境分析。
3. 各層級策略與類型。
4. 行銷核心觀念與程序。
5. 顧客價值與目標市場行銷。
6. 長期照護策略與行銷管理實務。

3. 教科書

書名：策略管理 (Strategic Management: An Integrated Approach : Theory)

1 出版日期：2020年 02月

作者：Hill/ 朱文儀、陳建男 譯 出版社：華泰文化 版本：13

書名：老師補充教材

2 出版日期：年 月

作者： 出版社： 版本：

4. 參考書

書名：The Strategic Management of Health Care Organizations 出版日期：年 月

1 作者：Ginter, Duncan, and Swayne 出版社：John Wiley & Sons, Inc. 版本：

書名：行銷管理概論：探索原理與體驗實務 出版日期：年 月

2 作者：曾光華 出版社：前程文化事業有限公司 版本：

書名：Marketing Management 出版日期：年 月

3 作者：Kotler, Keller, and Chernev 出版社：Pearson 版本：

※請遵守智慧財產權觀念，依著作權法規定，教科書及教材不得非法影印與使用盜版軟體。

5. 教學進度表

週次	日期	內容	備註
1	2026/02/22—2026/02/28	課程簡介	
2	2026/03/01—2026/03/07	策略管理意涵	
3	2026/03/08—2026/03/14	策略領導：管理策略制定程序	
4	2026/03/15—2026/03/21	外部分析：機會與威脅的辨識	
5	2026/03/22—2026/03/28	內部分析：獨特能力、資源與競爭優勢	
6	2026/03/29—2026/04/04	功能層級策略：達成卓越的效率、品質、創新與顧客回應	
7	2026/04/05—2026/04/11	春假	
8	2026/04/12—2026/04/18	事業層級策略：低成本、差異化與價值創新	
9	2026/04/19—2026/04/25	事業層級策略與產業環境	

10	2026/04/26—2026/05/02	水平整合、垂直整合、策略聯盟與策略委外	
11	2026/05/03—2026/05/09	多角化、創業、收購與合資	
12	2026/05/10—2026/05/16	行銷核心觀念與程序	
13	2026/05/17—2026/05/23	顧客價值創造	
14	2026/05/24—2026/05/30	市場區隔、目標市場、定位	
15	2026/05/31—2026/06/06	行銷組合	
16	2026/06/07—2026/06/13	期末報告	
17	2026/06/14—2026/06/20	彈性教學	
18	2026/06/21—2026/06/27	彈性教學	

6. 成績評定及課堂要求

1. 上課參與及研討 50% 2. 章節個案報告 20% 3. 期末報告 30%
1. 若有課前閱讀個案或教材，請於課前讀完或預習。 2. 無法來上課者，請記得請假。

8. 永續發展目標(SDGs)：SDG17 多元夥伴關係

9. 大學社會責任(USR)關聯性：低