

## 電子報二

107305075 企管四 張耀文

2022 Fall: 2022/08/31-2022/12/17

本期電子報將分享我的修課內容還有遇到的組員，以及我整體對於課程安排的心得感想。

我這學期選擇的 Major 是 Marketing for product managers，裡面共包含七門課，每一門 4 學分，所以一共是 28 學分。以下將分別介紹七門課程。

### 1. Marketing project management and tools

這堂課共切分成兩大部分，第一大部分我們是和法國的一家二手鞋公司合作，公司提供我們一些數據，請我們評估二手鞋的整新事業可不可行。沒有上太多的課，大部分的時間都是拿來 coaching session，和我們對焦專案的進度，最後報告給公司的人聽。

第二部分就主要是在上課，一共學了三個行銷的理論工具，都是以前沒有接觸過的，我覺得算很有收穫，而且觀點也和傳統我們學的不同。例如提出市場是 unsegmented 所以要 reach all category buyers，然後整堂課都會強調 light buyers 等等，總之是滿特別的一門課。沒有期末報告。

期末考是給一個 Case 回答幾題開放性問題，加上選擇題。

### 2. Marketing of innovation

這學期的最大專案是跟 SC Johnson 合作的，算是滿知名的 FMCG 企業，知名旗下品牌包括威猛先生、OFF、碧麗珠、雷達等等。特別的是這個專案貫穿了三門課程，分別是 Marketing of innovation、Bringing to market、Integrated marketing communication in the digital age。一開始會先從這堂 Innovation 開始 kick off，每一組生出一個新產品，來解決業主面臨未來法令限制禁止銷售殺蟲劑的問題。所以這門課學期中就結束了，最後一堂課的時候會對業主報告我們的產品，然後繼續在另外兩門課延續產品的發展。沒有期末考。

### 3. Bringing to market

顧名思義，我們在這堂課就是要把新產品引入市場。這堂課共分為兩部分，第一個來自 Amazon 的業師講的是線上通路，第二個就是講實體的通路，我個人覺得實體的部分滿多內容的，不過還是難以和專案結合。最後在期末考前一天報告給 SC Johnson 的業主聽，但因為這專案跟了一整個學期所以大家累了，加上後面還有連續四天的期末考，感覺大家對這個專案就有點虎頭蛇尾，沒有太多力氣撐到最後。期末考是 20 題單選+5 題讀文章回答問題。

開放式問題滿簡單的，因為我們有一個課堂報告是要去實體門市觀察，問題就有問到我們的觀察，所以報告如果有貢獻，問題就都不難。

#### 4. Capturing market insights

這堂課會學兩個工具，分別是 EXCEL 的 XLSTAT 還有 Tableau，兩個部分都有各自的期末報告，最後期末考是 45 題單選。XLSTAT 的部分只要搞懂卡方檢定、回歸分析等等的各自是 quantitative 還是 qualitative 變數，是 association 還是 Causation 等等的就好了；Tableau 老師最後一堂課會洩題，認真做好筆記基本上也是穩。比較棘手的大概是除了期末報告，中間還會有一些團體作業，就得考驗你找的組員可不可靠。

#### 5. Integrated marketing communication in the digital age

這應該算是 CP 值最高的課了，課程非常紮實，老師會給非常多的參考資料(雖然同學不一定會讀)，但是上課的時候全班都非常認真，老師個性十分活潑帶有活力。上課舉的例子和影片都非常好，整學期的投影片也非常有架構，感覺的到老師的用心，可以學到很多數位廣告(SEA、Display Ad、Video Ad、Paid social Ad)的東西。

美中不足的大概是期末考的 Slides 有七百多頁又都用大寫英文字母，然後考試全部都是手寫題，真心建議平常就要每周複習，不然期末周真的會看不完。期末報告則是包含在 SC Johnson 的期末報告裡面，報告中包含產品的行銷策略，老師會根據這部分的報告內容評分這門課的報告成績。

#### 6. Critical marketing

大概就是政大的社責，只是要上一學期，所以會 Cover 到各式各樣的議題。期末考 40 題單選題，題目最後也滿佛的。

#### 7. Specialized marketing skills

課程分兩部分，第一部份都在討論產品，課程規劃的很有架構，然後這堂課也是會生出一個產品，並且要做影片來 present 產品。

第二部分是講國際貿易，老師只上了一堂課，後面就是一一直在 coaching session 然後報告。有趣的是老師請我們用 SC Johnson 報告裡的產品拓展到歐洲其他國家，對於出身亞洲的我完全是陌生整個政治經濟環境，所以在做報告的時候就只能上網看英文資料拼拼湊湊。另外最大的衝突就是我們當初設計產品就是針對法國市場，突然要我們把產品進口到歐洲其他國家真的是挺突然的，甚至還要求我們重新設計產品的包裝等等，要求滿細節的。

最後期末考是 40 題單選，兩部份各出一半題目。

結語：首先，整學期有太多位老師貫穿不同堂課之間，一個報告又要同時貫穿

不只一堂課，老師也沒有掌握好彼此之間的關係，造成彼此難以銜接。第二，學校的課表太臨時公布，每周課表的內容與地點都會更改，讓老師學生都不好事先安排時間，甚至會出現早上、下午在不同校區的情況，造成用餐時間壓縮。第三，整學期的報告數量有點太多、瑣碎，本地同學都無法負荷，交換生更是感到出乎預期的震驚。期末考一共有六門課，但有些課程並不只一位老師授課與出題，在複習上就更為破碎難以準備。

整體來說，如果同學想要體驗出國「讀書」，Audencia 不失為一個好選擇，因為我們的 loading 和本地學位生完全就是一模一樣。缺點的話，由於班上同學的先備知識差距有點大，造成老師的授課內容，同學間的團隊合作與溝通都會受限。如果過去在政大已經修過不少行銷的課程，會覺得課程內容重複性偏高。