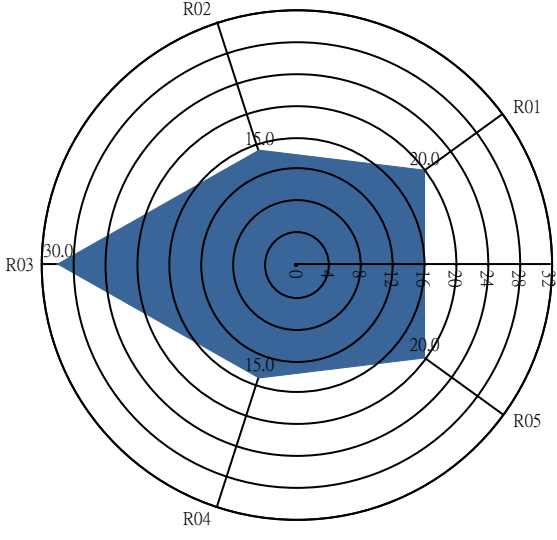


國立宜蘭大學 教學大綱

開課學制	進修學制	開課學年度/學期	1122			開課班級	高階經管碩專1	
開課系所	高階經營管理碩士在職專班	選課編號	PIEM000044					
課程名稱	中文：產業行銷 英文：Industrial Marketing				合開	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否		
先修科目					任課教師	教師姓名： 蕭瑞民		
學分數	3	演講時數	3	實習時數				0
上課教室	教313	課程性質	專業選修					
上課時間	605,606,607	備註	N/A					
教學目的	1.使學生瞭解產業行銷與消費者行銷之異同。2.使學生瞭解產業行銷之內涵。3.使學生瞭解產業行銷策略之運作。4.使學生瞭解產業行銷策略之研究方法。							
教科書目	自編講義： <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否			圖資館館藏： <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否				
	1.B2B marketing strategy : differentiate, develop and deliver lasting customer engagement/Heidi Taylor./Kogan Page/9780749481063 2.Business marketing : connecting strategy, relationships, and learning/F. Robert Dwyer, John F. Tanner/McGraw-Hill/Irwin/9780071263436							
參考書目								
考試及成績計算方式	期中考30%出席及報告30%期末考 30%課堂參與10%							
上課方式								

週次	上課進度
1	INTRODUCTION TO BUSINESS MARKETING 產業行銷介紹
2	THE CHARACTER OF BUSINESS MARKETING 產業行銷之特性
3	THE PURCHASING FUNCTION 採購功能
4	ORGANIZATIONAL BUYER BEHAVIOR 法人購買者行為
5	MARKET OPPORTUNITIES: CURRENT AND POTENTIAL CUSTOMERS 市場機會：現有及潛在顧客
6	MARKETING STRATEGY 行銷策略
7	WEAVING MARKETING INTO THE FABRIC OF THE FIRM 行銷導向企業
8	DEVELOPING AND MANAGING OFFERINGS: WHAT DO CUSTOMERS WANT? 提供顧客要的產品
9	期中考
10	BUSINESS MARKETING CHANNELS 產業行銷通路
11	CREATING CUSTOMER DIALOGUE 創造與顧客交易之機會
12	Communicating via Advertising, Trade Shows & PR 利用廣告、商展及公關與顧客交流
13	THE ONE-TO-ONE MEDIA 一對一行銷
14	SALES AND SALES MANAGEMENT 銷售與銷售管理
15	PRICING AND NEGOTIATING FOR VALUE 價錢及議價
16	EVALUATING MARKETING EFFORTS 評估行銷的投入
17	CUSTOMER RETENTION AND MAXIMIZATION 顧客導向及極大化
18	期末考

「請遵守智慧財產權，切勿使用非法影印教科書」。

本課程核心能力雷達圖	本課程核心能力權重
	<p>R01：管理決策能力(20)</p> <p>R02：領導能力(15)</p> <p>R03：國際化能力(30)</p> <p>R04：創新能力(15)</p> <p>R05：團隊合作與專業倫理(20)</p>

本課程符合聯合國永續發展目標(SDGs)如下：

[合適的工作及經濟成長]、[責任消費及生產]、[多元夥伴關係]