

## 國立宜蘭大學 教學大綱

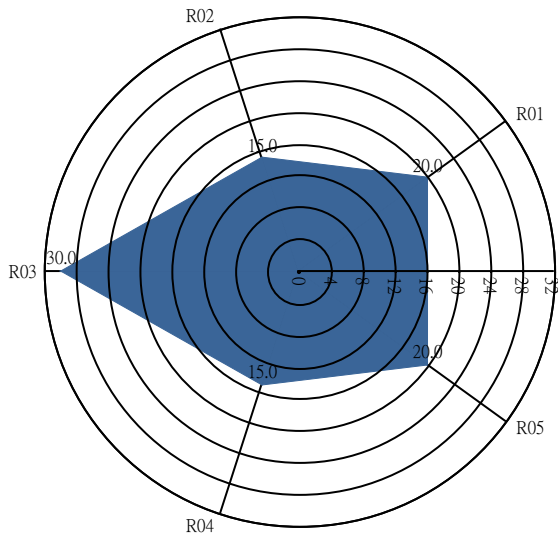
開課學制	進修學制	開課學年度/學期	1102			開課班級	高階經管碩專1	
開課系所	高階經營管理碩士在職專班	選課編號	PIEM000044					
課程名稱	中文：產業行銷 英文：Industrial Marketing				合開	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否		
先修科目					任課教師	教師姓名： 蕭瑞民		
學分數	3	演講時數	3	實習時數				0
上課教室	教313	課程性質	專業選修					
上課時間	605,606,607	備註	N/A					
教學目的	1. 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 checked="" type="checkbox"/> 是 <input 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	本課程將結合產業參訪及專家演講，請修課同學配合。 1. 堂授 2. 課堂討論 3. 案例研討							

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



R01：管理決策能力(20)

R02：領導能力(15)

R03：國際化能力(30)

R04：創新能力(15)

R05：團隊合作與專業倫理(20)