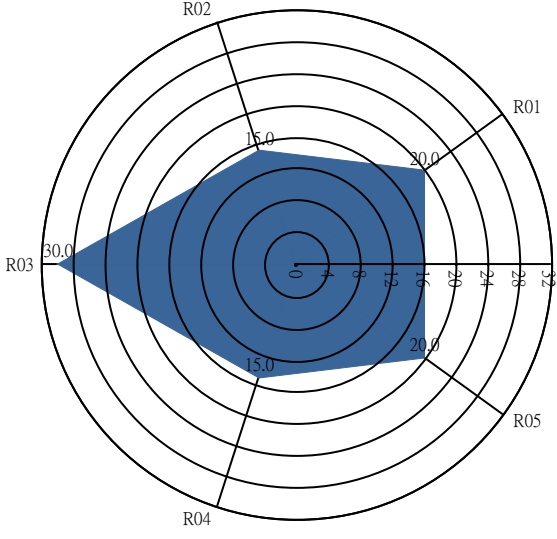


國立宜蘭大學 教學大綱

開課學制	進修學制		開課學年度/學期		1142		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					
本課程是否安排兩週彈性教學週次內容	本課程無安排彈性教學週次							
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. 自編講義/蕭瑞民// 3. 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>
<p>本課程符合聯合國永續發展目標(SDGs)如下：</p> <p>[合適的工作及經濟成長]、[責任消費及生產]、[多元夥伴關係]</p>	