104-2 產業行銷

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 課程代碼 | P1EM000044 | 開課系所 | 高階經營管理碩士在職專班 | | |
| 授課教師 | 蕭瑞民 | 上課時間 | 602,603,604 | | |
| 中文課名 | 產業行銷 | 上課地點 | 教802 | | |
| 英文課名 | Industrial Marketing | | | | |
| 教授班名稱 | PEM-高階經營管理碩士在職專班1 | | | | |
| 開課期限 | 0 | 學分 | 3 | 時數 | 3 |
| 課程類別 | 一般 | 人數上限 | 55 | 選課類別 | 選修 |
| 課程內涵 | 一般課程 | 人數下限 | 5 | 是否校外實習 | 否 |
| 全英語課程 | 否 | 寒暑期課程 | 否 | 遠距教學課程 | 否 |
| 選課人數 | 8(此人數為查詢當下的人數，不一定等於現在即時加退選的人數，僅供參考) | | | | |
| 核心能力雷達圖 |  | R1：管理決策能力(0) R2：領導能力(0) R3：國際化能力(0) R4：創新能力(0) R5：團隊合作與專業倫理(0) | | | |
| 「請遵守智慧財產權，切勿使用非法影印教科書」 | | | | | |
| "Please Respect Intellectual Property Rights. Do Not Use Illegally Photocopied Textbooks." | | | | | |
| 課程綱要 | | | | | |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | 教學目的 Objective | 中 文 | 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。 | | English |  | | 教科書目 Textbooks | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 順序編號 | 書名 | 作者 | 出版社 | ISBN | 出版年 | |  | 自編講義 | 蕭瑞民 |  |  |  | | | | 參考用書 Reference books | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 順序編號 | 書名 | 作者 | 出版社 | ISBN | 出版年 | |  |  |  |  |  |  | | | | 上課方式 Teaching Method | 中 文 | 1.堂授 2.課堂討論3.案例研討 | | English | Business Marketing | | 課程進度 Syllabus | 中 文 | |  |  | | --- | --- | | 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 | | | English |  | | 考試及成績計算方式 Evaluation | 中 文 | 期中考30%出席及報告30%期未考 30%課堂參與10% | | English |  | | 參考網址 http:// |  | | | 備考： |  | | | | | | | |