

100-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	通路策略	科目序號 / 代號	2930 / MTB3006
開課系所	行銷與流通管理學系	學制 / 班級	進修學士班4年1班
任課教師	黃村煜	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(四)ABC / B201	授課語言別	中文

課程簡介

讓同學認識及瞭解行銷通路管理之基本概念，藉由產業實務案例之介紹、鼓勵於課堂中討論，讓同學思考行銷通路管理功能的應用層面以及未來之發展，培養同學實務視野及產業思維，增進對於實務工作之學養與能力。

本課程的特色及重要議題包括：1.以供需端角度、策略性觀點，介紹行銷通路管理的本質及流程，並論述供需通路間的缺口、爭議以及因應之道。2.深入剖析科技行銷通路管理成員，包括製造商、批發商、零售商、加盟商的過去、現況，乃至未來發展。3.系統化地詳述通路間衝突、權力消長、策略聯盟發展等進階性的通路議題。




課程大綱

- 1.行銷通路：結構與功能
- 2.行銷通路設計的市場區隔：服務產出
- 3.供應方通路分析：通路流程與效率分析、通路結構與密集度
- 4.缺口分析
5. | 通路權力：取得、善用、保有
- 6.促進通路協調的衝突管理
- 7.配銷系統的策略聯盟
- 8.配銷系統的垂直整合
- 9.零售、批發、加盟介紹
- 10.物流與供應鏈管理

基本能力或先修課程

行銷管理
管理學

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  管理專業能力
-  溝通能力
-  團隊合作能力
- 創造力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
管理專業能力	80%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及實務能力，尤重行銷專業領域	講述法 個案討論	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	80
溝通能力	10%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	講述法 個案討論	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	10
團隊合作能力	5%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	講述法 個案討論	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	5
道德關懷	5%	具備人文素養、同理心及對環境的關心	講述法 個案討論	期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	5

成績稽核

期中考: 30%
 期末考: 30%
 口頭報告: 20%
 課堂討論: 20%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
行銷通路 (Coughlan: Marketing Channels)	Anne T. Coughlan, Erin Anderson, Louis W. Stern, Adel I. El-Ansary	蕭仁傑	華泰文化	0

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
----	----	----	-----	-----

無參考教材及專業期刊導讀

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程介紹	90				10
2	行銷通路: 結構與功能	90				10
3	行銷通路設計的市場區隔以及服務產出	90				10
4	通路供應面分析 I	90				10
5	通路供應面分析 II	90				10
6	通路的權力 I	90				10
7	通路的權力 II	90				10
8	通路的衝突	90				10
9	期中考	90				10
10	通路之策略聯盟 I	90				10
11	通路之策略聯盟 II	90				10
12	通路之垂直整合 I	90				10
13	通路之垂直整合 II	90				10
14	零售	90				10
15	批發	90				10
16	加盟	90				10
17	物流與供應鏈管理	90				10
18	期末考	90				10