

98-2 大葉大學 選課版課綱

基本資訊

課程名稱	流通業管理	科目序號 / 代號	2698 / MTB2009
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	龐峻菱	專兼任別	專任
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	(三)BCD / B407	授課語言別	中文

課程簡介

本課程將加強行銷流通觀念之探究和策略運用為主要目標，以因應變化迅速的行銷環境，培養學生行銷流通規劃能力(S)，符合現代行銷人的基本要求。

課程將透過講授方式與學生互動的情境教學為主，經由學理的深入淺出更輔以國內外之個案實例探討分析，來培養學生的專業能力與對問題解決的能力(P)，並藉由課程規劃的流通期末報告來養成同學的團隊合作、溝通協調力(C)，更重要的是從小組報告中學習如何表達呈現報告能力與對學術倫理、道德關懷正視的重要性(E)。課程將輔以流通大師之軟體配合教學。(期中可能安排倉儲物流中心效外教學觀摩)

課程內容將以流通策略之創意，將流通功能之商流、物流、金流、資訊流、人才流與服務流作為主要引導方向，並且探討國內、外成功與失敗個案，以啟發學生對不同業種與業態流通經營的思考與分析之能力。

本課程結合有三大面向：

A.管理學院之教育目標

- 1.提共多元管理知識平台，深根管理知識探究之素養。
- 2.強化學生國際觀與管理知識之競爭力。

B.符合管理學院之核心能力四大構面

- 1.S(Problem solving)-解決問題能力(洞悉力、決策力、執行力)
- 2.C(Communication)-溝通能力(傾聽能力、表達能力)
- 3.E(Ethic)-倫理觀(社會倫理、企業倫理、學術倫理)
- 4.P(Professional)-專業能力(管理能力-強調商管知識與技能、學術能力-強調商管學術專業)

C.發展企管系專長特色

- 1管理專業能力
- 2.溝通能力
- 3團隊合作
- 4道德關懷
- 5創造力

課程大綱

本課程主要在強調「整合創新能力」、「診斷流通業改善能力」、「策略規劃能力」三項專業能力，並依據院、系核心能力(S¬-團隊合作與創造力、C-溝通能力、E-道德關懷、P-專業能力)，計劃於每一週培養之核心能力分述如下：

- 1課程簡介(SCEP)、2流通業管理概論(SCEP)、3 零售業型態與賣場規劃(SCEP)、4商流與業態發展策略(SCEP)、5個案探討(SCEP)、6 業態發展(SCEP)、7 物流概論(SCEP) 、8 期中考、9 個案探討(SCEP)

、10 金流活動與塑膠、電子貨幣(SCEP)、11 POS銷售點管理系統(SCEP)、12 資訊流概論與電子商務(SCEP)、13 物業管理(S.C.E.P)、14 倉儲作業系統(S.C.P)、15 個案探討(SCEP)、16 期末報告 (S.C.E.P)、17 期末報告 (S.C.E.P)、18 期末考(S.C.E.P)、

基本能力或先修課程

學生應具備企業管理概論、管理學與行銷管理等先修的課程，才能瞭解流通業管理的業種與業態的發展策略。