

100-1 Preliminary Syllabus, Da-Yeh Univ

Information			
Title	通路策略	Serial No. / ID	2930 / MTB3006
Dept.	行銷與流通管理學系	School System / Class	進修學士班4年1班
Lecturer	黃村煜	Full or Part-time	兼任
Required / Credit	Optinal / 3	Graduate Class	Yes
Time / Place	(四)ABC / B201	Language	Chinese

Introduction

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。

Outline

- 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

Prerequisite

行銷管理
管理學