朝陽科技大學 098學年度第2學期教學大綱
Marketing Channel Management 行銷通路管理

當期課號	1231	**Course Number**	1231
授課教師	王珮珍	**Instructor**	WANG,PEI CHEN
中文課名	行銷通路管理	**Course Name**	Marketing Channel Management
開課單位	企業管理系(四日)三A	**Department**	
修習別	選修	**Required/Elective**	Elective
學分數	3	**Credits**	3
課程目標	本課程主要在於指導學生行銷通路管理之相關理論及內涵，並輔以案教學，使學生從個案討論之訓練中充實行銷通路管理實務知識。本課程主要內容如下： 1、行銷通路管理概論 2、行銷通路結構 3、通路設計與規劃 4、通路管理 5、國際行銷通路	**Objectives**	The analyzing and designing of marketing channel management one the focus of this undergraduate level course.This course provides and analysis of marketing channel management and its importance in the economy and in business management.
教材	1.行銷通路 2.通路管理	**Teaching Materials**	1.Marketing Channels 2.The manager'sguild to distribution channels
成績評量方式	出席率 20% 期中考 20% 期末考 30% 行銷通路管理:課程報告 30%	**Grading**	Attendance Rate 20% Midterm examination 20% Final examination 30% Report by Marketing Channels30%
教師網頁	_		
教學內容	第一章行銷通路: 結構與功能 第二章行銷通路設計的市場區隔:服務產出 第三章供應方通路分析:通路流程與效益分析 第四章供應方通路分析:通路結構與密集度 第五章缺口分析 第六章通路權力:取得,善用,保有 第七章促進通路協調的衝突管理 第八章配銷系統的策略聯盟 第九章配銷系統的垂直整合 第十章零售 第十一章批發 第十二章加盟 第十三章物流與供應鏈管理	**Syllabus**	Chapter 1Marketing Channels:Structure and Functions Chapter 2Segmentation for Marketing Channel Design:Service Outputs Chapter 3Supply Side Channel Analysis:Channel Flows and Efficiency Analysis Chapter 4Supply-Side Channel Analysis:Channel Structure and IntensityLearning Objectives Chapter 5Gap Analysis Chapter 6Channel Power:Getting It,Using It,Keeping ItLearning Objectives Chapter 7Managing Conflict to Increase Channel Coordination Chapter 8Strategic Alliances in Distribution Chapter 9Vertical Integration in Distribution Chapter 10Legal Constraints on Marketing Channel Policies Chapter 11Retailing Chapter 12Wholesaling Chapter 13Franchising

尊重智慧財產權，請勿非法影印。