

朝陽科技大學  
108學年度第1學期教學大綱

|      |      |      |           |
|------|------|------|-----------|
| 當期課號 | 3160 | 中文科名 | 工業行銷      |
| 授課教師 | 黃勇富  | 開課單位 | 行銷與流通管理系  |
| 學分數  | 3    | 修課時數 | 3         |
|      |      | 開課班級 | 四年制2年級 A班 |
| 修習別  | 專業選修 |      |           |
| 類別   | 一般課程 |      |           |

**本課程培養學生下列知識：**

本課程目的在說明工業組織市場的消費行為與一般消費市場的消費行為有著許多差異，接著在工業組織市場下說明行銷策略(產品、通路、價格、促銷、人員等)的應用。並採取多元的教學方式，例如個案研討、競賽、分組報告等方式，以豐富學習深度與理論應用能力。

- 1.了解工業行銷的定義與範圍
- 2.了解工業行銷與服務業行銷之差異
- 3.應用行銷技術於工業市場
- 4.學習小組(團隊)合作及解決問題

The purpose of this course is to acknowledge students with the differences between industry market and consuming market, then teaching marketing strategy (product, place, price promotion, people, etc.) using in the industry market. Besides, we use multiple teaching methods such as the lectures, case study, discussion, group presentation and business games that can help them better understand theory and practice.

**每週授課主題**

- 第01週：課程說明
- 第02週：概論
- 第03週：工業市場與消費市場的差異
- 第04週：工業組織購買行為
- 第05週：工業組織購買行為
- 第06週：工業組織市場之關係策略
- 第07週：工業組織市場行銷研究
- 第08週：工業組織市場區隔及需求分析
- 第09週：期中考
- 第10週：工業組織市場之行銷策略規劃
- 第11週：工業組織市場的產品策略
- 第12週：工業組織市場之行銷通路
- 第13週：工業組織市場之定價策略
- 第14週：工業組織市場之促銷策略
- 第15週：工業組織市場之人員推銷
- 第16週：期末分組報告
- 第17週：期末分組報告
- 第18週：期末考

**成績及評量方式**

- 平時小考、平時作業、課堂討論、學習態度：30%
- 期末分組報告：20%
- 期末考：25%
- 期末考：25%

**證照、國家考試及競賽關係**

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

**主要教材**

- 1.事業組織市場行銷—B2B行銷劉水深;王又鵬;陳振燧;趙琪;陳松柏空中大學97898605790172019修訂再版(教科書)

**參考資料**

本課程無參考資料!

**建議先修課程**

本課程無建議先修課程

**教師資料**

教師網頁：無  
E-Mail：huf@cyut.edu.tw  
Office Hour：  
分機:4377

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。