

淡江大學 100 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	促銷管理	授課 教師	高秀學 KAO, HSIU-HSUEH
	SALES PROMOTION MANAGEMENT		
開課系級	企管二P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMBXB2P		
系（所）教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 一般管理能力。</p> <p>B. 企管專業能力。</p> <p>C. 產業經營能力。</p> <p>D. 企業倫理與工作態度。</p>			
課程簡介	<p>本課程教學目標在充實學生對促銷相關概念的瞭解，透過行銷、促銷與銷售理論之比較，使學生更加瞭解管理者如何有效控制促銷變數的組合。除理論的講授外，各教學單元將包括實務個案的討論，使學生更加瞭解管理者如何透過行銷通路的促銷將產品加速送至顧客手中</p>		
	<p>The goal of teaching students in enriching the understanding of marketing concepts, through marketing, promotion and sale of the theory of relatively, so that students learn more about how to effectively control the marketing manager variables in combination. In addition to teaching the theory, the practice of the teaching modules will include case discussions, students learn more about how the marketing manager of promotional products to speed up the channel sent to the customer.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系(所)核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應其「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列。)

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系(所)核心能力
1	熟悉各行業基本且實用的促銷技巧	Familiar with the industry and practical promotion of basic skills	C2	AB
2	藉由個案實例印證各種促銷技巧	Confirmed by case examples of various promotional techniques	C2	ABC
3	能將促銷技巧靈活運用	Marketing techniques can be applied flexibly	C3	ABC

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	熟悉各行業基本且實用的促銷技巧	講述、討論、賞析	紙筆測驗、報告
2	藉由個案實例印證各種促銷技巧	講述、討論、賞析	紙筆測驗、報告
3	能將促銷技巧靈活運用	講述、討論、模擬	紙筆測驗、報告

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養與核心能力

淡江大學校級基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◆ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◇ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◇ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◆ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◆ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◇ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◇ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/02/13~ 101/02/19	課程大綱說明與促銷管理導論	
2	101/02/20~ 101/02/26	建立需求誘因 傳遞訊息承諾	
3	101/02/27~ 101/03/04	整合性行銷溝通	
4	101/03/05~ 101/03/11	促銷戰術的選擇	
5	101/03/12~ 101/03/18	廣告效應	
6	101/03/19~ 101/03/25	提升價值經驗帶動購物魅力	
7	101/03/26~ 101/04/01	塑造店鋪吸引力	
8	101/04/02~ 101/04/08	人體工學與動線設計	
9	101/04/09~ 101/04/15	以趣味活動推行置入性行銷	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	百貨業的困境與解套	
12	101/04/30~ 101/05/06	精品商圈與物流創新	

13	101/05/07~ 101/05/13	搞怪風格與量販創新	
14	101/05/14~ 101/05/20	連鎖商店的前衛促銷花招	
15	101/05/21~ 101/05/27	虛擬促銷正興旺	
16	101/05/28~ 101/06/03	如何撰寫營運計劃書	
17	101/06/04~ 101/06/10	生活型態資料庫	
18	101/06/11~ 101/06/17	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		促銷策略-店鋪經營與賣場管理 劉典嚴 著 出版社：普林斯頓國際有限公司 教師上課講義	
參考書籍		書名:Advertising and Promotion / 作者:Geroge E. Belch & Michael A. Belch. / 代理商：滄海圖書	
批改作業 篇數		篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）	
學期成績 計算方式		◆出席率： 15.0 % ◆平時評量：15.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。	