

淡江大學 101 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	李芸蕙 LEE, YUN-HUEI
	SALES PROMOTION MANAGEMENT		
開課系級	企管二P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXB2P		
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>本課程之教學目的在於讓學生了解策略行銷組合4Ps中有關促銷的部份，其中包括整合性行銷溝通、促銷戰術選擇、廣告效應等。</p>		
	<p>The purpose of this course is to let students understand the promotion management of strategic marketing plans (4Ps) related to integrated marketing communication (IMC), promotion tactics, advertising effect, etc.</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	學生將能了解有關促銷管理的相關主題。	Students will be able to understand various issues related to Promotion Management.	C3	ABCD
2	學生將能了解相關的促銷技巧。	tudents will be able to understand related promotion techniques, including integrated marketing communication (IMC), promotion tactics, advertising effect, etc.	C4	ABCD

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	學生將能了解有關促銷管理的相關主題。	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	學生將能了解相關的促銷技巧。	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◇ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◆ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	102/02/18~ 102/02/24	課程介紹、評分標準、課程大說明	
2	102/02/25~ 102/03/03	Ch1建立需求誘因，傳遞訊息承諾+Ch2整合性行銷溝通	
3	102/03/04~ 102/03/10	Ch3促銷戰術的選擇+Ch4廣告效應	
4	102/03/11~ 102/03/17	Ch5提升價值經驗帶動購物魅力+ Ch6塑造店舖的吸引力	分組確定
5	102/03/18~ 102/03/24	Ch7人體工學與動線設計+ Ch8以趣味活動推行置入性體驗	
6	102/03/25~ 102/03/31	Ch9百貨業的困境與解套+ Ch10精品商圈與物流創新	
7	102/04/01~ 102/04/07	教學行政觀摩日	
8	102/04/08~ 102/04/14	Ch11搞怪風格與量販競爭+ Ch12連鎖商店的前衛促銷花招	
9	102/04/15~ 102/04/21	作業報告	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	Ch13虛擬促銷正興旺	
12	102/05/06~ 102/05/12	演講	

13	102/05/13~ 102/05/19	分組討論	
14	102/05/20~ 102/05/26	期末報告	第1組-第3組
15	102/05/27~ 102/06/02	期末報告	第4組-第6組
16	102/06/03~ 102/06/09	期末報告	第7組-第9組
17	102/06/10~ 102/06/16	期末報告	第10組-第12組
18	102/06/17~ 102/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>一、上課進度依同學學習情況調整。</p> <p>二、上課嚴禁交談。</p> <p>三、作業/期末報告組別共12組，各組人數依修課人數平均分配。請班代將分組名單、報告順序與擬報告之主題於第五週(3/18)前彙整寄給老師(yh@mail.tku.edu.tw)。未分組者分組報告成績以零分計算，不接受個人補交報告。</p> <p>四、作業報告(第九週)：每組報告約5分鐘 1.每組作業報告之電子檔統一繳交日期為4/15, 6:00PM前。請寄至教師信箱(yh@mail.tku.edu.tw), 逾時不予計分。</p> <p>五、期末報告(第十四週)：每組40分鐘 1.每組期末報告之電子檔(包含ppt檔與Word檔)統一繳交日期為5/19, 6:00PM前。請寄至教師信箱(yh@mail.tku.edu.tw), 逾時不予計分。 2.上台報告組別請於報告當天將書面報告(word檔)交給老師(word檔：每張兩頁、雙面印刷)。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	陳振燧 審閱、劉典嚴 著，促銷策略-店舖經營與賣場管理，普林斯頓		
參考書籍			
批改作業 篇數	1 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	<p>◆出席率： 15.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：25.0 %</p> <p>◆期末評量：40.0 %</p> <p>◆其他〈作業〉：20.0 %</p>		
備考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>		