

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	張列經 CHANG, LIEH-CHING
	SALES PROMOTION MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXE3P		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、開發研究潛能。 二、培養管理專業。 三、均衡發展。 四、產業取向與實務訓練。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 企管專業能力。 B. 溝通與表達能力。 C. 企劃與資料分析統整能力。 D. 團隊合作與人際互動能力。 E. 資訊處理能力。 F. 倫理思維與道德素養。 G. 策略決策與前瞻管理能力。 H. 國際視野與外語能力。			
課程簡介	本課程將針對策略行銷組合4Ps中有關促銷(promotion)的部份，作一詳細說明，引領學生入門；並將促銷方法實戰分析；最後則是促銷企劃案例的內容介紹。		
	This course will focus on the promotion strategies of strategic marketing plans (4Ps). All students are required to participate in all cases discussions and may be asked to present portions of the case to the class.		

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	課程安排主要針對行銷學中之促銷管理部份,希望學生在修習完畢此課程後,能夠有效運用到現實生活中.	Emphasis is on sales promotion in a marketing context. Student might expect to take the tools learned in class and demonstrate their ability to apply those tools to a real life situation in a meaningful and effective manner.	C3	ABCDEFGH
2	使學生能善用所學,將促銷的策略運用到實務生活中.	Students might expect to take the tools learned in class and demonstrate their ability to apply those tools to a real life situation in a meaningful and effective manner.	C3	ABCDEFGH

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	課程安排主要針對行銷學中之促銷管理部份,希望學生在修習完畢此課程後,能夠有效運用到現實生活中.	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	使學生能善用所學,將促銷的策略運用到實務生活中.	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	課程說明與簡介	
2	102/02/25~ 102/03/03	Ch1 & Ch2 & 分組	
3	102/03/04~ 102/03/10	Ch2 & Ch3	
4	102/03/11~ 102/03/17	Ch3 & Ch4	
5	102/03/18~ 102/03/24	Ch4 & Ch5	
6	102/03/25~ 102/03/31	分組報告	
7	102/04/01~ 102/04/07	Ch5	
8	102/04/08~ 102/04/14	教學觀摩	
9	102/04/15~ 102/04/21	Ch6	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	Ch7 & Ch8	
12	102/05/06~ 102/05/12	Ch8 & ch9	

13	102/05/13~ 102/05/19	Ch10 & Ch11	
14	102/05/20~ 102/05/26	Ch11	
15	102/05/27~ 102/06/02	分組報告	
16	102/06/03~ 102/06/09	Ch12	
17	102/06/10~ 102/06/16	Ch13	
18	102/06/17~ 102/06/23	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		戴國良(2011). 促銷管理—實戰與本土案例(第2版). 五南出版社.	
參考書籍		曾光華 (2010). 行銷管理—理論解析與實務運用.前程出版社.	
批改作業 篇數		2 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： 10.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈作業報告〉：20.0 %	
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。	