

淡江大學 104 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	林隆儀 LIN, LONG-YI
	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			
<p>一、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。</p> <p>F. 能運用外語增進管理專業成長。</p>			
課程簡介	<p>本課程屬於企業管理領域進階課程，課程設計聚焦於實用導向，主要是在探討促銷活動的基本原理與方法，幫助學生瞭解促銷活動實際運作情形。課程目標如下：</p> <p>1. 探討促銷活動基本原理，常用的促銷策略，及其對企業的貢獻。</p> <p>2. 介紹促銷策略應用實例，瞭解各種促銷活動的應用情形。</p>		
	<p>This is the advanced course of marketing management that focuses on practical orientation of sale promotion. This course will help students understand the basic principle and strategy of sale promotion. The main purposes of this course are as follow:</p> <p>1. Study the basic principle, strategy and the contribution of sale promotion.</p> <p>2. Introduce real case and examine the practical usage of sale promotion.</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	1.探討促銷活動基本原理，常用的促銷策略，及其對企業的貢獻。 2.介紹促銷策略應用實例，瞭解各種促銷活動的應用情形。	1. Study the basic principle, strategy and the contribution of sale promotion. 2. Introduce real case and examine the practical usage of sale promotion.	C4	AC

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	1.探討促銷活動基本原理，常用的促銷策略，及其對企業的貢獻。 2.介紹促銷策略應用實例，瞭解各種促銷活動的應用情形。	講述、討論、分組報告	紙筆測驗、報告、出席狀況與學習態度

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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◆ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◇ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◆ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	105/02/15~ 105/02/21	課程介紹, 促銷管理概論	
2	105/02/22~ 105/02/28	促銷的意義、特性與貢獻	
3	105/02/29~ 105/03/06	促銷原理及其重要性	
4	105/03/07~ 105/03/13	消費者購買行為與購買決策過程	
5	105/03/14~ 105/03/20	選擇正確的促銷對象	
6	105/03/21~ 105/03/27	促銷活動的策略規劃	
7	105/03/28~ 105/04/03	促銷目標與促銷策略	
8	105/04/04~ 105/04/10	行銷3P's對促銷活動的影響	
9	105/04/11~ 105/04/17	促銷計畫與預算	
10	105/04/18~ 105/04/24	期中考試週	
11	105/04/25~ 105/05/01	促銷組織的設計及執行與回饋	
12	105/05/02~ 105/05/08	針對消費者的促銷 (一)	

13	105/05/09~ 105/05/15	針對消費者的促銷 (二)	
14	105/05/16~ 105/05/22	針對中間商的促銷	
15	105/05/23~ 105/05/29	針對推銷員的促銷	
16	105/05/30~ 105/06/05	促銷成效的評估	
17	105/06/06~ 105/06/12	促銷管理回顧與檢討	
18	105/06/13~ 105/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項	1.同學務必先行預習，用心投入，課堂上回答問題，踴躍參加討論。 2.不缺課、不遲到、不早退，請假請按學校規定辦理。 3.上課中請關閉行動電話，並將手機手起來，不交頭接耳，專心學習。 4.期末提出書面分組報告，每組提一份。		
教學設備	(無)		
教材課本	促銷管理精論－行銷關鍵的最後一哩路，林隆儀著，2015，五南圖書出版股份有限公司。		
參考書籍	1.促銷管理－實戰與本土案例，戴國良著，2014，三版一刷，五南圖書初版股份有限公司。 2.整合行銷傳播：理論與實務，葉鳳強著，2014，第4版，五南圖書初版股份有限公司。 3.促銷策略－店舖經營與賣場管理，陳振燧審閱，劉典嚴著，2006，普林斯頓國際有限公司。		
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： 10.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈分組報告〉：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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」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。		