

淡江大學 109 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	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXB2P		
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、熟悉專業知能。 二、訓練實務知能。 三、培養團隊精神。 四、深化專業倫理。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：60.00) C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：40.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：40.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：30.00)			
課程簡介	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。		
	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.		

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
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.
2	學生將能了解相關的促銷技巧。	Students will be able to understand related promotion techniques, including integrated marketing communication (IMC), promotion tactics, advertising effect, etc.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所) 核心能力	校級 基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	AC	1247	講述、討論	測驗、實作、報告(含口頭、書面)、活動參與
2	認知	AC	1247	講述、討論、賞析	測驗、作業、實作、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	110/02/22~ 110/02/28	課程介紹、課程大綱與評分標準說明、分組	
2	110/03/01~ 110/03/07	需求誘因，傳遞訊息承諾 + 整合性行銷溝通	
3	110/03/08~ 110/03/14	促銷戰術的選擇 + 廣告效應	
4	110/03/15~ 110/03/21	提升價值經驗帶動購物魅力	分組確定
5	110/03/22~ 110/03/28	以趣味活動推行置入性體驗	***作業報告說明
6	110/03/29~ 110/04/04	教學觀摩週	
7	110/04/05~ 110/04/11	百貨業的困境與解套	
8	110/04/12~ 110/04/18	精品商圈與物流創新 + 搞怪風格與量販競爭	
9	110/04/19~ 110/04/25	連鎖商店的前衛促銷花招	
10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	

11	110/05/03~ 110/05/09	作業報告	平時評量成績1(10%)
12	110/05/10~ 110/05/16	課堂賞析	
13	110/05/17~ 110/05/23	課堂活動	平時評量成績2(10%)
14	110/05/24~ 110/05/30	個案探討	
15	110/05/31~ 110/06/06	期末報告	
16	110/06/07~ 110/06/13	期末報告	
17	110/06/14~ 110/06/20	期末報告	
18	110/06/21~ 110/06/27	期末考試週	
修課應 注意事項	一、上課進度依同學學習情況調整。 二、上課嚴禁交談。 三、抽點後不接受補點，但可持假單請假(除公假與喪假外，請假次數不可超過2次，且依學校規定扣分)。 四、平時評量分數包括(1)作業(第11週)(10%)與(2)課堂活動(第13週)(10%) 五、期末報告組別共分為12組，各組人數依修課人數平均分配。請負責人將分組名單、報告順序於4週(3/16)前彙整寄給老師(yh@mail.tku.edu.tw)。未分組者成績以零分計算，不接受個人補交報告。 六、作業報告之電子檔統一繳交日期為5/4(星期二)10:00AM前(檔名：「第X組-主題」)，請寄至教師信箱(yh@mail.tku.edu.tw)，逾時不予計分。未繳交者成績以零分計算。 七、期末報告之電子檔(包含ppt檔與Word檔)統一繳交日期為6/1(星期二)10:00AM前(檔名：「第X組-主題」)，請寄至教師信箱(yh@mail.tku.edu.tw)，逾時不予計分。未繳交者期末成績以零分計算。 ***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)。		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	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。		
參考文獻	促銷管理相關書籍。		
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	◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址：https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁→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。		