

淡江大學 110 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	商品促銷策略	授課 教師	曾忠蕙 TSENG, CHUNG-HUI
	PROMOTION STRATEGY		
開課系級	國企一碩士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLFXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。</p> <p>二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。</p> <p>三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：50.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：50.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：40.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：60.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程的主題--商品促銷策略,透過本課程,修課學生可以學習設計促銷活動的各種方法,在課堂中,學生亦需觀賞商品促銷的相關影片與討論影片內容,以幫助學生習得實務知識與技巧.</p>		
	<p>The course is about promotion strategies. Through this course, students can learn different kinds of approaches to design promotion campaigns. Students are also required to watch video tapes and discussions to help them improve their practical experiences and skills.</p>		

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	學習促銷相關理論	Learn price strategies
2	學習一般促銷策略與技巧	Learn promotion strategies

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	AD	15	講述、討論	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	AD	15	講述、討論	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	110/09/22~ 110/09/28	課程介紹	
2	110/09/29~ 110/10/05	促銷策略介紹+商品促銷影片欣賞與評論(#1飛船宣傳vs.促銷活動規劃)	
3	110/10/06~ 110/10/12	促銷策略介紹+商品促銷影片欣賞與評論(#2刮鬍刀促銷vs.促銷地點選擇)	
4	110/10/13~ 110/10/19	整合行銷傳播簡介+商品促銷影片欣賞與評論(#3車商園遊會vs.整合行銷)	
5	110/10/20~ 110/10/26	促銷理論介紹(1)+商品促銷影片欣賞與評論(#4麥片看板vs.記憶效果)	
6	110/10/27~ 110/11/02	促銷理論介紹(2)+商品促銷影片欣賞與評論(#5郵輪廣告vs.同化對比觀點)	
7	110/11/03~ 110/11/09	價格促銷策略探討+商品促銷影片欣賞與評論(#8三明治促銷vs.價位認知理論)	
8	110/11/10~ 110/11/16	促銷理論介紹(3)+商品促銷影片欣賞與評論(#10觀光紀念冊vs.先進者優勢)	
9	110/11/17~ 110/11/23	期中考週(繳交個人期中報告)	
10	110/11/24~ 110/11/30	促銷效果統計分析I (碩士論文綱要介紹與變數類型介紹與統計方法的選擇)	

11	110/12/01~ 110/12/07	促銷效果統計分析II (問卷設計+信效度分析+SPSS軟體應用)	
12	110/12/08~ 110/12/14	促銷效果統計分析III (迴歸分析基本概念+SPSS軟體應用)	
13	110/12/15~ 110/12/21	促銷效果統計分析IV (中介變數的迴歸分析介紹+SPSS軟體應用)	
14	110/12/22~ 110/12/28	促銷效果統計分析V (干擾變數的迴歸分析介紹+SPSS軟體應用)	
15	110/12/29~ 111/01/04	業師演講(暫定)	
16	111/01/05~ 111/01/11	期末報告個別指導	
17	111/01/12~ 111/01/18	期末考週(繳交個人期末報告)	
18	111/01/19~ 111/01/25	期末彈性教學	
修課應注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與教材		提供上課講義	
參考文獻		<p>劉美琪著，促銷管理理論與實務，民84，正中書局出版</p> <p>徐德麟著，賣到缺貨的促銷聖經，民102，凱信企管出版</p> <p>徐德麟、曾志堯著，一定要懂得促銷花招，民96，凱信企管出版</p> <p>林奕伶譯，訂價背後的心理學，民102，大是文化出版</p> <p>劉媛媛譯，訂價耍心機，民101，商業週刊出版</p> <p>羅耀宗、蔡慧菁譯，免費！揭開零訂價的獲利秘密，民98，天下文化出版</p> <p>張心馨、林尉婷，顧客關係類型與漲價理由可控制性對漲價態度之影響，台大管理論叢期刊論文</p> <p>曾忠蕙、樓永堅、別蓮蒂，贈品促銷深度對贈品組合評價影響之研究，台大管理論叢期刊論文</p> <p>劉信賢、邱玉葉，增量、升級或折扣？促銷框架對成本配置及相對偏好的影響，台大管理論叢期刊論文</p> <p>林娟娟、苗惠茹，從消費者的涉入與信任態度探討網路拍賣投標行為，台大管理論叢期刊論文</p> <p>楊俊明，吃硬不吃軟：觸覺資訊對消費者品質預期與折價券使用意圖之影響，台大管理論叢期刊論文</p>	
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		<p>◆出席率： 40.0 %    ◆平時評量：        %    ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：30.0 %</p> <p>◆其他〈 〉：        %</p>	

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。**