

淡江大學 1 1 1 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	企管四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：30.00)</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。(比重：10.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：30.00)</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。(比重：20.00)</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：10.00)</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：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

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.
2	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.

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	ABCDE	12345678	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、活動參與
2	認知	ABCDE	12345678	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、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	112/02/13~112/02/19	課程介紹、課程大綱與評分標準說明、分組	
2	112/02/20~112/02/26	需求誘因, 傳遞訊息承諾 + 整合性行銷溝	
3	112/02/27~112/03/05	促銷戰術的選擇 + 廣告效應	
4	112/03/06~112/03/12	提升價值經驗帶動購物魅力	

5	112/03/13~ 112/03/19	以趣味活動推行置入性體驗	分組確定
6	112/03/20~ 112/03/26	百貨業的困境與解套 + 精品商圈與物流創新	*期末報告說明
7	112/03/27~ 112/04/02	搞怪風格與量販競爭 + 連鎖商店的前衛促銷花招	
8	112/04/03~ 112/04/09	教學觀摩週	
9	112/04/10~ 112/04/16	期中筆試	
10	112/04/17~ 112/04/23	期中考試週	
11	112/04/24~ 112/04/30	補充課程	
12	112/05/01~ 112/05/07	影片賞析	平時評量成績1(10%)
13	112/05/08~ 112/05/14	課堂活動	平時評量成績2(10%)
14	112/05/15~ 112/05/21	期末報告	
15	112/05/22~ 112/05/28	畢業考試週	
16	112/05/29~ 112/06/04	---	
17	112/06/05~ 112/06/11	---	
18	112/06/12~ 112/06/18	---	
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、抽點後不接受補點(除公假、喪假與特殊事件)。如一週有兩次點名，一次缺席視為未出。第12週與第13週不可請假。</p> <p>四、平時評量分數包括(1)課堂賞析(第12週)(10%)與(2)課堂活動(第13週)(10%)</p> <p>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5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。</p> <p>六、期末報告之檔案統一繳交日期為5/11(星期四)2:PM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。</p>		
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	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： 20.0 %    ◆平時評量：20.0 %    ◆期中評量：25.0 %</p> <p>◆期末評量：30.0 %</p> <p>◆其他〈互動〉：5.0 %</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。**