

淡江大學 112 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	以實整虛課程 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、賞析	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、賞析	測驗、作業、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 (採數位教學之週次，請填「線上非同步教學」)
1	113/02/19~113/02/25	課程介紹、課程大綱與評分標準說明、分組	
2	113/02/26~113/03/03	需求誘因，傳遞訊息承諾 + 整合性行銷溝通	線上非同步教學
3	113/03/04~113/03/10	促銷戰術的選擇 + 廣告效應	線上非同步教學
4	113/03/11~113/03/17	提升價值經驗帶動購物魅力	分組確定

5	113/03/18~ 113/03/24	以趣味活動推行置入性體驗	線上非同步教學
6	113/03/25~ 113/03/31	百貨業的困境與解套 + 精品商圈與物流創新	線上非同步教學
7	113/04/01~ 113/04/07	教學觀摩週	
8	113/04/08~ 113/04/14	搞怪風格與量販競爭 + 連鎖商店的前衛促銷花招	
9	113/04/15~ 113/04/21	期中考試週	
10	113/04/22~ 113/04/28	補充課程	
11	113/04/29~ 113/05/05	課堂活動	平時評量成績1(10%)
12	113/05/06~ 113/05/12	影片賞析	平時評量成績1(10%)
13	113/05/13~ 113/05/19	分組討論	
14	113/05/20~ 113/05/26	期末報告	
15	113/05/27~ 113/06/02	畢業考試週	
16	113/06/03~ 113/06/09		
17	113/06/10~ 113/06/16		
18	113/06/17~ 113/06/23		
課程培養 關鍵能力			
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容		促銷管理	

<p>修課應注意事項</p>	<p>一、上課進度依同學學習情況調整。  二、上課嚴禁交談。  三、出席率分數(10%)指實體出席週，非線上出席。  四、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，一次缺席視為未出席。第11週與第12週不可請假。  五、平時評量分數包括(1)課堂活動(第11週)(10%)與(2)課堂賞析(第12週)(10%)  六、此門課有四週線上非同步教學，請同學於上課時段進入iClass觀看學習影片。每週課程影片結束後會有學習活動，需在規定時間內完成(4週線上互動佔16%)。  七、期末報告組別共分為12組，各組人數修課人數平均分配。請負責人將分組名單、報告順序於4週(3/14)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。  八、期末報告之檔案統一繳交日期為5/23(星期四)10:AM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。  九、期末會於iClass開放各細項成績確認，確認期間無異議，即不再修改學期成績。</p>
<p>教科書與教材</p>	<p>採用他人教材:教科書  教材說明:  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。</p>
<p>參考文獻</p>	<p>促銷管理相關書籍。</p>
<p>學期成績計算方式</p>	<p>◆出席率： 10.0 %   ◆平時評量：20.0 %   ◆期中評量：20.0 %  ◆期末評量：25.0 %  ◆其他〈線上互動16%；其它互動9%〉：25.0 %</p>
<p>備考</p>	<p>1. 「教學計畫表管理系統」網址：<a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。  2. 依「專科以上學校遠距教學實施辦法」第2條規定：「本辦法所稱遠距教學課程，指每一科目授課時數二分之一以上以遠距教學方式進行」。  3. 依「淡江大學數位教學施行規則」第3條第2項，本校遠距教學課程須為「於本校遠距教學平台或同步視訊系統進行數位教學之課程。授課時數包含課程講授、師生互動討論、測驗及其他學習活動之時數」。  4. 如有課程臨時異動(含遠距教學、以實整虛課程之上課時間及教室異動)，請依規定向教務處提出申請。  <b>※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。</b></p>