

淡江大學 114 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	商品促銷與市調策略	授課 教師	曾忠蕙 TSENG, CHUNG-HUI
	PROMOTION STRATEGY AND MARKET SURVEY		
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	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
系（所）教育目標			
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」。 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。 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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：20.00) B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：30.00) C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：30.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：20.00)			
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：15.00) 3. 洞悉未來。(比重：15.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：15.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：15.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	本課程的主題包括商品促銷策略與市場調查,透過本課程,修課學生可以學習設計促銷活動的各種方法,並且學習如何設計問卷進行市場調查以及資料分析,以幫助學生習得實務知識與技巧。
	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 learn questionnaire design and data analysis for market survey. This course can help students to improve their practical experiences and skills in related field.

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 promotion strategies.
2	學習市調分析方法	Learn market survey and data analysis

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	ABCD	12345678	講述、討論	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCD	12345678	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	114/09/15~ 114/09/21	課程介紹	
2	114/09/22~ 114/09/28	促銷策略介紹(加退選至9/23)	
3	114/09/29~ 114/10/05	放假(教師節補假)	國定假日
4	114/10/06~ 114/10/12	中秋節放假	

5	114/10/13~ 114/10/19	促銷理論介紹(1) +video #1+分組確認	
6	114/10/20~ 114/10/26	促銷理論介紹(2) +video #2 +業師協同授課	
7	114/10/27~ 114/11/02	促銷理論介紹(3) +video #3+業師協同授課	
8	114/11/03~ 114/11/09	促銷理論介紹(4) +video #4+Group 1&2: 促銷企劃口頭報告+業師協同指導	
9	114/11/10~ 114/11/16	線上期中考	iclass線上考試
10	114/11/17~ 114/11/23	專題探討: 社群媒體影響者行銷或+video #5 + Group 3&4: 促銷企劃口頭報告+業師協同指導	
11	114/11/24~ 114/11/30	專題探討: AI行銷+video #8 + Group 5&6: 促銷企劃口頭報告+業師協同指導	
12	114/12/01~ 114/12/07	市調相關論文變數類型介紹與統計方法的選擇 SPSS軟體介面使用說明+video #10 + Group 7&8: 促銷企劃口頭報告+業師協同指導	
13	114/12/08~ 114/12/14	市調問卷信度分析+SPSS軟體應用分析+ video #11 + Group 9&10: 促銷企劃口頭報告+業師協同指導	
14	114/12/15~ 114/12/21	市調問卷線性迴歸分析+SPSS軟體應用分析+video #12 + 促銷企劃報告總評(業師協同指導授課)	
15	114/12/22~ 114/12/28	校外教學(淡水老街)	
16	114/12/29~ 115/01/04	線上期末考	iclass線上考試
17	115/01/05~ 115/01/11	彈性教學週I (線上Q&A)	MS TEAM線上上課
18	115/01/12~ 115/01/18	彈性教學週I (線上Q&A)	MS TEAM線上上課
課程培養 關鍵能力		自主學習、問題解決	
跨領域課程		授課教師專業領域教學內容以外，融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者進行知識(教學)分享	
特色教學 課程		專題/問題導向(PBL)課程 協同教學(校內多位老師、業師)課程	
課程 教授內容		邏輯思考	
修課應 注意事項			

教科書與教材	自編教材:簡報、講義 採用他人教材:影片
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>
學期成績計算方式	<p>◆出席率: 10.0 % ◆平時評量: % ◆期中評量: 25.0 %</p> <p>◆期末評量: 25.0 %</p> <p>◆其他〈小組報告〉: 40.0 %</p>
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址: https://web2.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。</p> <p>※「遵守智慧財產權觀念」及「不得非法影印、下載及散布」。請使用正版教科書, 勿非法影印他人著作, 以免觸法。</p>