

南台科技大學 102 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	銷售管理
課程編碼	70D08601
系所代碼	07
開課班級	四技企管三甲 四技企管三乙
開課教師	林育理
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	一 7 8 9 教室 S313
必選修	選修
課程概述	銷售管理是計劃、執行及控制企業的銷售活動，以達到企業的銷售目標。
課程目標	<ol style="list-style-type: none"> 1.學習制定銷售計劃及相應的銷售策略 2.建立銷售組織並對銷售人員進行培訓 3.制定銷售人員的個人銷售指標，將銷售計劃轉化為銷售業績 4.對銷售計劃的成效及銷售人員的工作表現進行評估
課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> 1. 現代銷售管理基本觀念的探索 <ol style="list-style-type: none"> (1)銷售管理的涵義與性質 (2)銷售管理的歷史演變與展望 (3)本世紀銷售管理的重點 (4)銷售管理的模式 2. 現代銷售的特性 <ol style="list-style-type: none"> (1)銷售的本質 (2)現代的銷售與經營特性 (3)現代的銷售與商品特性 (4)現代的銷售與多極化的消費 3. 銷售組織結構的設計 <ol style="list-style-type: none"> (1)組織與組織結構的基本概念 (2)影響銷售組織結構設計的因素 (3)銷售組織的主要類型 (4)將銷售單位納於「事業部門式組織」內 (5)組織結構的績效考核 4. 市場分析與銷售預測 <ol style="list-style-type: none"> (1)銷售預測的意義與方法 (2)新產品的銷售預測 (3)銷售預測的評價 5. 如何建立銷售區域 <ol style="list-style-type: none"> (1)銷售區域的定義及其重要性

	<p>(2)建立或調整銷售區域的原因</p> <p>6. 行銷計劃與管理</p> <p>(1)產品計畫的問題</p> <p>(2)產品的研究開發</p> <p>(3)產品的決定</p> <p>(4)商標的決定</p> <p>(5)包裝的決定</p> <p>(6)價格的決定</p>
英文大綱	<p>The Basic Concept of Modern Sales Management</p> <p>(1) the meaning and nature of sales management</p> <p>(2) sales management, the historical evolution and prospects</p> <p>(3) In this century, the focus of sales management</p> <p>(4) sales management model</p> <p>The Characteristics of Modern Sales</p> <p>(1) the nature of sales</p> <p>(2) sales and operating characteristics of modern</p> <p>(3) sales and product features of modern</p> <p>(4) modern consumer sales and multi-polarization</p> <p>3. Sales organization structure design</p> <p>(1) organization and the basic concepts of organizational structure</p> <p>(2) sales organization structure of the factors</p> <p>(3) the main types of sales organizations</p> <p>(4) is satisfied that the sales units in the "Business sector type organization" within the</p> <p>(5) the organizational structure of the performance appraisal</p> <p>4. Market Analysis and Sales Forecast</p> <p>(1) the meaning and methods of sales forecasting</p> <p>(2) new product sales forecasting</p> <p>(3) the evaluation of sales forecasting</p> <p>5. How to create sales territories</p> <p>(1) the definition and importance of sales area</p> <p>(2) to establish or adjust the sales in an area that</p> <p>6. Marketing Planning and Management</p> <p>(1) product planning problem</p> <p>(2) product research and development</p> <p>(3) determine the product</p> <p>(4) the decision marks</p> <p>(5) the decision package</p> <p>(6) to determine the price</p>

教學方式	
評量方法	
指定用書	
參考書籍	
先修科目	
教學資源	
注意事項	
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	