

## 南臺科技大學 104 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	銷售管理(一)
課程編碼	D0D03801
系所代碼	0D
開課班級	四技行流二乙
開課教師	張信雄
學分	2.0
時數	2
上課節次地點	二 2 3 教室 E0502
必選修	必修
課程概述	銷售管理
課程目標	銷售管理
課程大綱	<p>現代銷售管理基本觀念的探索 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 銷售管理的涵義與性質</li> <li>2. 銷售管理的歷史演變與展望</li> </ol> <p>現代銷售管理基本觀念的探索 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 本世紀銷售管理的重點</li> <li>2. 銷售管理的模式</li> </ol> <p>現代銷售的特性 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 銷售的本質</li> <li>2. 現代的銷售與經營特性</li> </ol> <p>現代銷售的特性 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 現代的銷售與商品特性</li> <li>2. 現代的銷售與多極化的消費</li> </ol> <p>銷售管理的目標</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 目標系統</li> <li>2. 目標的選擇</li> </ol> <p>銷售組織結構的設計 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 組織與組織結構的基本概念</li> <li>2. 影響銷售組織結構設計的因素</li> </ol> <p>銷售組織結構的設計 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 銷售組織的主要類型</li> <li>2. 將銷售單位納於「事業部門式組織」內</li> <li>3. 組織結構的績效考核</li> </ol> <p>市場分析與銷售預測 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 銷售預測的意義與方法</li> </ol> <p>市場分析與銷售預測 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新產品的銷售預測</li> </ol>

	<p>2. 銷售預測的評價</p> <p>如何建立銷售區域 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 銷售區域的定義及其重要性</li> <li>2. 建立或調整銷售區域的原因</li> </ol> <p>如何建立銷售區域 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立或調整銷售區域的步驟</li> <li>2. 派遣推銷員至各區域</li> </ol> <p>關於限額問題的探討 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 限額的意義</li> <li>2. 限額的型態與制定限額的程序</li> </ol> <p>關於限額問題的探討 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 限額制度的管理</li> <li>2. 不使用銷售限額的理由</li> </ol> <p>產品計劃與管理 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 產品計畫的問題</li> <li>2. 產品的研究開發</li> </ol> <p>產品計劃與管理 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 產品的決定</li> <li>2. 商標的決定</li> <li>3. 包裝的決定</li> <li>4. 價格的決定</li> </ol> <p>產品計劃與管理 (三)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 對產品的服務</li> <li>2. 產品管理的重要性</li> <li>3. 產品線的評價</li> </ol>
英文大綱	<p>The Basic Concept of Modern Sales Management I</p> <p>The Basic Concept of Modern Sales Management II</p> <p>The Characteristics of Modern Sales I</p> <p>The Characteristics of Modern Sales II</p> <p>The Target of Sales Management</p> <p>The Design of the Sales Structure I</p> <p>The Design of the Sales Structure II</p>

	<p>The Market Analysis and Sales Forecasting I</p> <p>The Market Analysis and Sales Forecasting II</p> <p>How to Build Sales Territory I</p> <p>How to Build Sales Territory II</p> <p>Quotas I</p> <p>Quotas II</p> <p>Product Planning and Management I</p> <p>Product Planning and Management II</p> <p>Product Planning and Management III</p>
教學方式	
評量方法	
指定用書	現代銷售管理的理論與實務
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	