

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	70D08601
課程中文名稱	銷售管理
課程英文名稱	Sales management
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	二技企管四甲 四技企電三甲四技企管三甲四技企管三乙
任課教師	林育理
上課教室(時間)	週一第 2 節(S313) 週一第 3 節(S313) 週一第 4 節(S313)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
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。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標</p> <p>-----</p> <p>1.能瞭解銷售管理的相關知識，To be able to understand the knowledge of sales management，3 行銷與業務知識</p> <p>2.能針對組織銷售問題有效辨識問題所在，To be able to identify the problem when encountering sales problems，6 創新與解決問題能力</p> <p>3.能應用銷售管理知識於工作上，To be able to applied sales management knowledge to work，8 實務技能與證照</p> <p>4.能體認與他人團隊合作對於完成任務的重要性，To be able to recognize the importance of cooperation with others to complete the task，13 工作態度與團隊合作</p> <p>5.能銷售分析，並撰寫銷售計畫，To be able to do sales analysis, and writing the sales project，11 學習與抗壓</p> <p>6.能統整相關銷售問題，提出解決方案，To be able to integration related sales management issues, proposed solutions，12 表達與溝通</p>
中文課程大綱	<p>1. 現代銷售管理基本觀念的探索</p> <p>(1)銷售管理的涵義與性質</p> <p>(2)銷售管理的歷史演變與展望</p>

	<p>(3)本世紀銷售管理的重點</p> <p>(4)銷售管理的模式</p> <p>2. 現代銷售的特性</p> <p>(1)銷售的本質</p> <p>(2)現代的銷售與經營特性</p> <p>(3)現代的銷售與商品特性</p> <p>(4)現代的銷售與多極化的消費</p> <p>3. 銷售組織結構的設計</p> <p>(1)組織與組織結構的基本概念</p> <p>(2)影響銷售組織結構設計的因素</p> <p>(3)銷售組織的主要類型</p> <p>(4)將銷售單位納於「事業部門式組織」內</p> <p>(5)組織結構的績效考核</p> <p>4. 市場分析與銷售預測</p> <p>(1)銷售預測的意義與方法</p> <p>(2)新產品的銷售預測</p> <p>(3)銷售預測的評價</p> <p>5. 如何建立銷售區域</p> <p>(1)銷售區域的定義及其重要性</p> <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/日文課程大綱	<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>
課程進度表	按照老師 上課的大綱進度進行
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>能瞭解銷售管理的相關知識，實作演練，口頭報告</p> <p>能針對組織銷售問題有效辨識問題所在，實作演練，口頭報告</p> <p>能應用銷售管理知識於工作上，實作演練，口頭報告</p> <p>能體認與他人團隊合作對於完成任務的重要性，實作演練，口頭報告</p> <p>能銷售分析，並撰寫銷售計畫，實作演練，口頭報告</p> <p>能統整相關銷售問題，提出解決方案，課堂講授，口頭報告</p>
指定用書	<p>書名：</p> <p>作者：</p> <p>書局：</p> <p>年份：</p> <p>ISBN：</p> <p>版本：</p>
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	

