

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0D1AV01
課程中文名稱	商品管理
課程英文名稱	Commodity management
學分數	2.0
必選修	管制選修
開課班級	四行流產攜三甲
任課教師	于郁沛
上課教室(時間)	
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	本課程目的是讓學生瞭解和產品策略管理相關議題的研討。 課程內容包括：多產品聯合補貨、損耗性商品管理、時尚性商品之定價，如何藉由提供產品廣告與退貨策略等方式，來提升產品銷售量。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.能了解商品管理基礎知識。 ,-- ,1 基礎商管知識 2.能了解商品銷售管理知識。 ,-- ,2 行銷與銷售管理知識 3.能分析與評估發現問題，進而應用商品管理專業知識解決問題。 ,-- ,5 整合與解決問題能力 4.透過資料蒐集與討論之方式，刺激同學之思考與學習 ,-- ,6 企劃能力 5.能整合善用職場經驗，學習應用於不同實務。 ,-- ,7 行銷與流通整合能力
中文課程大綱	本課程探討在市場環境中，及企業與企業之間針對所提供的產品作有效的管理，進而為企業本身創造利潤並降低成本。 課程包括： 1. 商品的種類 2. 商品定價 3. 商品與品牌連結關係 4. 產品廣告 5. 商品設計

英/日文課程大綱	<p>Goods Pricing Commodity and Brand Management Product advertising Product Design</p>
課程進度表	<p>週次 教學內容</p> <p>一 課程介紹、第 1 章 產品管理芻議、第 2 章 產品策略初探</p> <p>二 第 3 章 連結顧客利益與產品屬性</p> <p>三 第 4 章 產銷商品的技術性關鍵</p> <p>四 第 5 章 產品倫理、第 6 章 綠色策略</p> <p>五 第 7 章 產品包裝與說明</p> <p>六 第 8 章 策略規劃產品組合</p> <p>七 期中考</p> <p>八 第 9 章 新產品之開發與上市、第 10 章 策略性品牌管理</p> <p>九 第 11 章 導入產品經理、第 12 章 制定各式產品的價格</p> <p>十 第 13 章 促銷策略與整合傳播、第 14 章 數位產品及網路行銷</p> <p>十一 第 15 章 管理產品生命</p> <p>十二 期末考</p>
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>能了解商品管理基礎知識。 ， 課堂講授，筆試筆試</p> <p>能了解商品銷售管理知識。 ， 課堂講授，筆試</p> <p>能分析與評估發現問題，進而應用商品管理專業知識解決問題。 ， 課堂講授，自我評量</p> <p>透過資料蒐集與討論之方式，刺激同學之思考與學習，課堂講授，自我評量</p> <p>能整合善用職場經驗，學習應用於不同實務。 ， 課堂講授，自我評量</p>
指定用書	<p>書名：產品管理-策略性行銷觀點 3 版</p> <p>作者：劉典嚴·陳春富</p> <p>書局：普林斯頓</p> <p>年份：2016</p> <p>ISBN：</p> <p>版本：三版二刷</p>
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	