

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0D1B101
課程中文名稱	促銷策略與管理
課程英文名稱	Sale Promotion Strategies and 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	蔡雅玲
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	行銷管理師
輔導考照 2	
課程概述	本課程著重於行銷 4 P 之推廣策略，焦點在促銷策略與管理，藉由本課程學生可獲得促銷之理論、策略與實際作法，有助於未來就業之能力。
先修科目或預備能力	行銷管理
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.使學員瞭解基礎商管知識其在行銷管理所扮演的角色。 ，--，1 基礎商管知識</p> <p>2.使學員瞭解行銷的原理其在促銷管理所扮演的角色。 ，--，2 行銷與銷售管理知識</p> <p>3.使學員瞭解創新思考在促銷管理所扮演的角色。 ，--，4 創新與創業能力</p> <p>4.使學員瞭解行銷與流通管理在促銷管理所扮演的角色。 ，--，7 行銷與流通整合能力</p> <p>5.使學員瞭解實務上促銷手法的應用及其限制 ，--，12 表達與溝通</p> <p>6.使學員在擬訂促銷企劃案的過程，能更加應用促銷管理 ，--，6 企劃能力</p>
中文課程大綱	<p>1.課程介紹</p> <p>2.促銷基礎理論與折扣促銷</p> <p>3.紅利積點促銷</p> <p>4.贈品促銷與特惠組合</p> <p>5.抽獎促銷</p> <p>6.包裝贈品促銷</p> <p>7.滿千送百促銷</p> <p>8.折價券促銷</p>

英/日文課程大綱	1. introduction 2. promotion theory and discount promotion 3. frequent programs 4.premiums and cent-off deals multiple pack and price-off pack 5.sweepstake 6.bouns 7.patronage 8.coupon
課程進度表	1.第一章 建立需求誘因、傳遞訊息承諾 2. 第一章 傳遞訊息承諾 3.第二章 整合性行銷溝通 4.第二章 整合性行銷溝通 5.第三章 促銷戰術的選擇 6.第四章 廣告效應 7.第五章 提升價值經驗帶動購物魅力 8.第六章 塑造店舖的吸引力 9.期中考 10.第七章 人體工學與動線設計 11.第八章 以趣味活動推行置入性體驗 12.第九章 百貨業的困境與解套 13.第十章 精品商圈與物流創新 14.第十一章 搞怪風格與量販競爭 15.第十二章 連鎖商店的前衛促銷花招 16.第十三章 虛擬促銷正興旺 17.總複習 18.期末考
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 使學員瞭解基礎商管知識其在行銷管理所扮演的角色。，課堂講授，同儕互評 使學員瞭解行銷的原理其在促銷管理所扮演的角色。，課堂講授，作業 使學員瞭解創新思考在促銷管理所扮演的角色。，課堂講授啟發思考，同儕互評 使學員瞭解行銷與流通管理在促銷管理所扮演的角色。，課堂講授，作業 使學員瞭解實務上促銷手法的應用及其限制，課堂講授啟發思考，同儕互評 使學員在擬訂促銷企劃案的過程，能更加應用促銷管理，啟發思考分組討論，同儕互評

指定用書	書名：促銷策略：店舖經營與賣場管理 作者：陳振燧 ,劉典嚴 書局：普林斯頓 年份：2014 ISBN：978-986-7097-00-2 版本：1
參考書籍	商業雜誌
教學軟體	
課程規範	請注意上課態度與出席率