

南臺科技大學 107 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0D03801
課程中文名稱	銷售管理(一)
課程英文名稱	Sale Management (I)
學分數	2.0
必選修	必修
開課班級	四技行流二甲
任課教師	張信雄
上課教室(時間)	週二第 2 節(E0501) 週二第 3 節(E0501)
課程時數	2
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
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.能了解銷售管理的基礎理論與其所扮演的角色，--，1 基礎商管知識</p> <p>2.能了解銷售策略制定的方法及分析市場戰略的應用，--，2 行銷與銷售管理知識</p> <p>3.連結創新創意與創業，進而創造更多經濟價值，--，4 創新與創業能力</p> <p>4.能熟練獨立思考、邏輯分析及統整之能力，有效率地解決銷售問題，--，5 整合與解決問題能力</p> <p>5.熟悉市場分析與銷售區域之建立，並充份整合運用，--，7 行銷與流通整合能力</p>
中文課程大綱	<p>現代銷售管理基本觀念的探索</p> <p>現代銷售的特性</p> <p>銷售管理的目標</p> <p>銷售組織結構的設計</p> <p>市場分析與銷售預測</p> <p>如何建立銷售區域</p> <p>關於限額問題的探討</p> <p>產品計劃與管理</p>
英/日文課程大綱	The Basic Concept of Modern Sales Management

	<p>The Characteristics of Modern Sales</p> <p>The Target of Sales Management</p> <p>The Design of the Sales Structure</p> <p>The Market Analysis and Sales Forecasting</p> <p>How to Build Sales Territory</p> <p>Quotas</p> <p>Product Planning and Management</p>
<p>課程進度表</p>	<p>第一週 現代銷售管理基本觀念的探索 (一)</p> <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 <p>第二週 現代銷售管理基本觀念的探索 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 本世紀銷售管理的重點 2. 銷售管理的模式 <p>第三週 現代銷售的特性 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 銷售的本質 2. 現代的銷售與經營特性 <p>第四週 現代銷售的特性 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 現代的銷售與商品特性 2. 現代的銷售與多極化的消費 <p>第五週 銷售管理的目標</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 目標系統 2. 目標的選擇 <p>第六週 銷售組織結構的設計 (一)</p> <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 <p>第七週 銷售組織結構的設計 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 銷售組織的主要類型 2. 將銷售單位納於「事業部門式組織」內 3. 組織結構的績效考核 <p>第八週 市場分析與銷售預測 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 銷售預測的意義與方法 <p>第九週 期中考</p> <p>第十週 市場分析與銷售預測 (二)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> 1. 新產品的銷售預測 2. 銷售預測的評價 第十一週 如何建立銷售區域 (一) <ul style="list-style-type: none"> 1. 銷售區域的定義及其重要性 2. 建立或調整銷售區域的原因 第十二週 如何建立銷售區域 (二) <ul style="list-style-type: none"> 1. 建立或調整銷售區域的步驟 2. 派遣推銷員至各區域 第十三週 關於限額問題的探討 (一) <ul style="list-style-type: none"> 1. 限額的意義 2. 限額的型態與制定限額的程序 第十四週 關於限額問題的探討 (二) <ul style="list-style-type: none"> 1. 限額制度的管理 2. 不使用銷售限額的理由 第十五週 產品計劃與管理 (一) <ul style="list-style-type: none"> 1. 產品計畫的問題 2. 產品的研究開發 第十六週 產品計劃與管理 (二) <ul style="list-style-type: none"> 1. 產品的決定 2. 商標的決定 3. 包裝的決定 4. 價格的決定 第十七週 產品計劃與管理 (三) <ul style="list-style-type: none"> 1. 對產品的服務 2. 產品管理的重要性 3. 產品線的評價 第十八週 期末考
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>能了解銷售管理的基礎理論與其所扮演的角色，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p> <p>能了解銷售策略制定的方法及分析市場戰略的應用，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p> <p>連結創新創意與創業，進而創造更多經濟價值，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p> <p>能熟練獨立思考、邏輯分析及統整之能力，有效率地解決銷售問題，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p> <p>熟悉市場分析與銷售區域之建立，並充份整合運用，課堂講授啟發思考，書面報告書面報告筆試筆試筆試</p>
指定用書	<p>書名：現代銷售管理的理論與實務</p>

	作者：張信雄 書局：復文圖書有限公司 年份：2011 ISBN：978-957-41-7631-1 版本：九版二刷
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	