

# 南臺科技大學 108 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	D0D03901
課程中文名稱	銷售管理(二)
課程英文名稱	Sale Management (II)
學分數	2.0
必選修	必修
開課班級	四技行流三甲
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>1.現代銷售管理基本觀念的探索</p> <p>2.現代銷售的特性</p> <p>3.銷售管理的目標</p> <p>4.銷售組織結構的設計</p> <p>5.市場分析與銷售預測</p> <p>6.如何建立銷售區域</p> <p>7.關於限額問題的探討</p> <p>8.產品計劃與管理</p>

英/日文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.The Basic Concept of Modern Sales Management</li> <li>2.The Characteristics of Modern Sales</li> <li>3.The Target of Sales Management</li> <li>4.The Design of the Sales Structure</li> <li>5.The Market Analysis and Sales Forecasting</li> <li>6.How to Build Sales Territory</li> <li>7.Quotas</li> <li>8.Product Planning and Management</li> </ol>
課程進度表	<p>第一週 銷售通路 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.銷售通路的選擇</li> <li>2.銷售通路的開發</li> </ol> <p>第二週 銷售通路 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.通路的革新</li> <li>2.美日的通路革新---以電腦產品為例</li> </ol> <p>第三週 銷售通路 (三)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.通路結構</li> <li>2.成功的通路策略</li> <li>3.新通路的加入運作</li> </ol> <p>第四週 訂價策略 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.價格的意義及訂價時應考慮的因素</li> <li>2.訂價的目標</li> <li>3.產品壽命循環的各個階段的訂價問題</li> </ol> <p>第五週 訂價策略 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.設定具體價格</li> <li>2.差別取價</li> </ol> <p>第六週 銷售促進 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.銷售促進的意義與組織</li> <li>2.銷售促進的內容與制度</li> </ol> <p>第七週 銷售促進 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.商品本身是否能產生銷售能力</li> <li>2.店鋪的陳列、管理與自我診斷</li> </ol> <p>第八週 廣告管理 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.廣告支出與產品生命週期的關係</li> <li>2.建立廣告預算</li> </ol> <p>第九週 期中考</p> <p>第十週 廣告管理 (二)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.廣告機能的組織</li> <li>2.廣告效果的衡量</li> </ol> <p>第十一週 商標管理 (一)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.商標的定義與功能</li> </ol>

	<p>2.商標的分類</p> <p>第十二週 商標管理 (二)</p> <p>1.統一商標政策與個別商標政策</p> <p>2.混合商標政策</p> <p>3.商標的選擇</p> <p>第十三週 銷售人員管理 (一)</p> <p>1.銷售人員的規模</p> <p>2.銷售人員的訓練</p> <p>第十四週 銷售人員管理 (二)</p> <p>1.對銷售人員的指導</p> <p>2.銷售人員的自我管理與發展</p> <p>第十五週 銷售人員的激勵與報酬 (一)</p> <p>1.銷售人員激勵的類型</p> <p>2.銷售人員報酬制度的標準與趨勢</p> <p>第十六週 銷售人員的激勵與報酬 (二)</p> <p>1.銷售人員報酬制度的發展</p> <p>2.銷售管理者的報酬</p> <p>第十七週 銷售人員業績的評量</p> <p>1.銷售人員業績評量的基準</p> <p>2.銷售人員業績的評量與控制</p> <p>第十八週 期末考</p>
<p>教學方式與評量 方法</p>	<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，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，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，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，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，書面報告書面報告書面報告筆試筆試筆試</p>
<p>指定用書</p>	<p>書名：現代銷售管理的理論與實務</p> <p>作者：張信雄</p> <p>書局：復文書局</p> <p>年份：</p> <p>ISBN：978-957-41-7631-1</p> <p>版本：</p>

參考書籍	
教學軟體	
課程規範	