

## 南台科技大學 98 學年度第 2 期課程資訊

課程名稱	行銷管理
課程編碼	B0D28103
系所代碼	0B
開課班級	四技休閒四甲
開課教師	沈明正
學分	2.0
時數	2
上課節次地點	四 3 4 教室 T0602
必選修	必修
課程概述	行銷是現代社會必懂的科學，尤其是台灣是以服務業為導向的產業結構。在觀光的領域上，行銷更是非常重要的課題。本課程除介紹一般的行銷的基本常識及主題外，更以觀光休閒之行銷相關案例為教學及探討主體。
課程目標	本課程除介紹行銷之起源與轉變外，更將行銷常用之原理如市場區隔、市場定位，如行銷組合中的 4P 做為課程重點，另外行銷之研究的流程包括行銷企劃案如何撰寫，皆是課承之重點。最後透過坐業及考試，讓學生在最短的時間內完成對行銷的基本了解。
課程大綱	<p>1.行銷的起源。</p> <p>2.觀光產業與產品。</p> <p>3.觀光產品之市場定位。</p> <p>4.觀光行銷研究。</p> <p>5.觀光產品之行銷通路。</p> <p>6.觀光產品之消費行為。</p> <p>7.廣告、促銷與行銷公關。</p> <p>8.人員銷售、服務品質與關係行銷。</p> <p>9.觀光產品的行銷組合。</p> <p>10.目的地行銷。</p> <p>11.都市之觀光與行銷。</p> <p>12.文化觀光的行銷。</p> <p>13.行銷計畫書的撰寫案。</p> <p>14.行銷案例分析。</p>
英文大綱	<p>The course will focus on the following topics:</p> <p>1.The orientation of Marketing</p> <p>2.Tourism Industry and Products.</p> <p>3.Market Segmentation and target market.</p> <p>4.Marketing channels.</p>

	<p>5.Consumer Behaviors of Tourism Products.</p> <p>6.Marketing Research.</p> <p>7.Advertisement, Promotion, and Public Relationship.</p> <p>8.Personal Sales, Service Quality, and Relationship Marketing.</p> <p>9.Marketing Mix.</p> <p>10.Urban Tourism Marketing.</p> <p>11.Cultural Marketing.</p> <p>12.Destination Marketing.</p> <p>13.Marketing Proposals.</p> <p>14.Marketing Case Studies.</p>
教學方式	課堂教授,分組討論,口頭報告,
評量方法	自行設計測驗,課堂討論,
指定用書	觀光行銷學
參考書籍	譚大純(2009)行銷管理 台灣培生  張逸民(2010)行銷學 華泰文化
先修科目	
教學資源	
注意事項	
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	會展證照考試
輔導考照 2	導遊領隊考試