

# 南台科技大學 103 學年度第 1 學期課程資訊

課程名稱	行銷管理(與專四技休閒二甲合開)
課程編碼	B0N10903
系所代碼	0B
開課班級	夜四技休閒二乙
開課教師	沈明正
學分	2.0
時數	2
上課節次地點	三 12 13 教室 T0501-6
必選修	必修
課程概述	讓學生了解觀光行銷的定義、行銷管理的哲學等基本概念。
課程目標	由實務了解行銷應用在觀光的領域與情況。
課程大綱	<p>行銷管理大綱</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 導論：觀光行銷的定義、行銷管理的哲學。</li> <li>2. 觀光行銷的服務特性：服務的文化、服務行銷的特質、服務業的管理策略。</li> <li>3. 市場行銷環境：個體環境分析、總體環境分析。</li> <li>4. 行銷資訊系統：發展資訊、市場行銷研究。</li> <li>5. 消費者市場與消費者購買行為：消費者行為的模式、影響消費者行為的個人特質、消費者購買決策過程。</li> <li>6. 市場區隔、目標與定位：市場區隔、市場目標、市場定位。</li> <li>7. 產品設計與管控：產品的層次、產品生命週期的策略。</li> <li>8. 內部行銷：內部行銷的定義、內部行銷的過程。</li> <li>9. 建立消費者忠誠度：顧客價值與滿意度、關係行銷。</li> <li>10. 產品定價；影響訂價的因素、訂價的原則、訂價策略。</li> <li>11. 配銷通路；配銷系統的特質與重要性、行銷媒體、通路行為與組織。</li> <li>12. 溝通與推廣政策：發展有效溝通的步驟、訂定推廣預算與推廣組合。</li> <li>13. 推廣產品、公共關係：公共關係的過程、危機處理。</li> <li>14. 目的地行銷：觀光事業的全球化、觀光策略與投資、觀光市場的管理與發展。</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introduction: Marketing for tourism</li> <li>2. Service Characteristics of Tourism Marketing</li> <li>3. The Marketing Environment</li> <li>4. Marketing Information Systems</li> <li>5. Consumer Markets and Consumer Buying Behavior</li> <li>6. Market Segmentation, targeting, and Positioning</li> </ol>

	<p>7. Designing and Managing Products</p> <p>8. Internal Marketing</p> <p>9. Building Customer Loyalty</p> <p>10. Pricing Products</p> <p>11. Distribution Channels</p> <p>12. Communication</p> <p>13. Promotion, Public Relation</p> <p>14. Destination Marketing</p>
英文大綱	
教學方式	
評量方法	
指定用書	上課說明
參考書籍	<p>1. 曾光華(2013)，行銷管理:理論解析與實務應用，前程文化事業。</p> <p>2. Philip Kotler (2012) 行銷管理概論。台北：華泰文化事業</p> <p>3. 曾光華 (2013)，服務業行銷管理:品質提升與價值創造，前程文化事業。</p>
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	
輔導考照 2	