

南臺科技大學 104 學年度第 1 學期課程資訊

課程名稱	行銷管理
課程編碼	B0N10902
系所代碼	0B
開課班級	夜四技休閒二乙
開課教師	黃介宏
學分	2.0
時數	2
上課節次地點	四 13 14 教室 T0003
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"> 1. 導論：觀光行銷的定義、行銷管理的哲學。 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。 3. 市場行銷環境：個體環境分析、總體環境分析。 4. 行銷資訊系統：發展資訊、市場行銷研究。 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。 6. 市場區隔、目標與定位：市場區隔、市場目標、市場定位。 7. 產品設計與管控：產品的層次、產品生命週期的策略。 8. 內部行銷：內部行銷的定義、內部行銷的過程。 9. 建立消費者忠誠度：顧客價值與滿意度、關係行銷。 10. 產品定價；影響訂價的因素、訂價的原則、訂價策略。 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。 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。 13. 推廣產品、公共關係：公共關係的過程、危機處理。 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。 <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction: Marketing for tourism 2. Service Characteristics of Tourism Marketing 3. The Marketing Environment 4. Marketing Information Systems 5. Consumer Markets and Consumer Buying Behavior 6. Market Segmentation, targeting, and Positioning

	<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	
參考書籍	
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	