

南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	M0D03701
課程中文名稱	餐旅行銷管理
課程英文名稱	Marketing for Hospitality
學分數	2.0
必選修	必修
開課班級	四技餐旅二甲
任課教師	梁仲正
上課教室(時間)	週四第 6 節(W0402) 週四第 7 節(W0402)
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	藉由了解餐旅行銷系統及模式，將餐旅管理基礎融會貫通到本課程，進而具備餐旅產品行銷規劃之能力。
先修科目或預備能力	無
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> <hr/> <p>1.瞭解行銷學的基本原理 ,-- ,9 基礎餐旅知識 2.能應用行銷學原理到餐旅業實務上 ,-- ,4 主動解決問題 3.能利用行銷實務案例分析行銷涵義 ,-- ,3 文字口語表達 4.培養學生團隊合作的精神 ,-- ,1 敬業合群 5.體認與消費者溝通在行銷上的重要性 ,-- ,2 溝通協調</p>
中文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> 1.課程介紹：行銷學導論與定義 2.餐飲旅館服務行銷 3.餐飲旅館服之行銷系統、顧客行為 4.行銷機會分析、行銷研究 5.行銷策略:市場區隔與趨勢 6.行銷研究 7.行銷計劃與 8Ps 8.產品開發與合作 9.期中考 10.人員:服務與服務品質、人員銷售與銷售管理

	11.包裝與節目規劃、配銷組合 12.溝通與促銷組合
英/日文課程大綱	Introduction to Hospitality Marketing Management Service marketing Experience marketing Positioning Web marketing 8 P Promotion Package
課程進度表	9/21 class regulation and requirement 9/28 課程介紹：行銷學導論與定義 10/5 餐飲旅館服務行銷系統、顧客行為 10/12 行銷機會分析、行銷研究 10/19 行銷研究 10/26 行銷策略:市場區隔與趨勢 11/2 international hotel marketing 11/9 行銷計劃 paper due 11/16 mid term exam 11/23 oral presentation 11/30 oral presentation 12/7 人員:服務與服務品質 12/14 產品開發與合作 12/21 規劃、配銷組合 12/28 人員銷售與銷售管理 1/4 oral presentation 1/11 溝通與促銷組合 1/18 final
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 瞭解行銷學的基本原理，課堂講授，課堂展演 能應用行銷學原理到餐旅業實務上，課堂講授，課堂展演 能利用行銷實務案例分析行銷涵義，啟發思考，作業 培養學生團隊合作的精神，啟發思考，口頭報告 體認與消費者溝通在行銷上的重要性，實作演練，口頭報告
指定用書	書名：老師編製中英文講義 作者： 書局：

	年份： ISBN： 版本：
參考書籍	(Marketing for Tourism and Hospitality) Marketing for Hospitality and Tourism, 4th edition (Hardcover July 9, 2005) Philip Kotler, John T. Bowen, Ph.D., CHE, James C. Makens, Ph.D., Publisher: Prentice Hall; 4th edition July 9, 2005
教學軟體	my 數位學習, PPT, textbook, print handout
課程規範	<p>註 1: 平時成績 40% 包括 1-3 次不定期小考、課堂參與討論、及上課態度 (包括手機鈴響、上課睡覺及講話等影響上課秩序行為)。</p> <p>註 2 : 期中紙本報告 30% 以 1 人一組為限，最遲請於第三週前繳交名單(包括組員及組長)及名單，若有不清楚之地方請詢問任課老師。</p> <p>註 3：上課前請先做好預習之工作，上課中間將會有問題提問與討論，若表現不佳將會影響成績。期末口頭報告 30%</p> <p>註 4: 請準時上課，遲到超過 15 分鐘以上者視同曠課。因故缺席者請當日上課前一天或 24 小時之內以 Email 、電話或請同學告知老師。若為病假，事後請補上證明，否則仍以曠課論。</p> <p>PS. 點名曠課 4 次以上以平時成績零分計</p>