

# 南臺科技大學 107 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	B0N15X02
課程中文名稱	行銷管理
課程英文名稱	Marketing Management
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	夜四技休閒四乙
任課教師	沈明正
上課教室(時間)	週三第 12 節(T0207) 週三第 13 節(T0207) 週三第 14 節(T0207)
課程時數	3
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	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。
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.介紹行銷管理的內涵、演進、行銷環境與行銷研究，讓同學了解行銷管理之基本概念，--，1 休閒專業知識</p> <p>2.能利用電腦文書軟體進行個案報告，--，3 電腦使用能力</p> <p>3.能應用市場區隔、產品定位以及行銷組合 4P 策略，來進行行銷個案之研討，--，4 綜合知識運用</p> <p>4.藉由行銷個案之研討，了解行銷管理在實務上之應用，--，6 環境適應能力</p>
中文課程大綱	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.行銷的起源。</li> <li>2.觀光產業與產品。</li> <li>3.觀光產品之市場定位。</li> <li>4.觀光行銷研究。</li> <li>5.觀光產品之行銷通路。</li> <li>6.觀光產品之消費行為。</li> <li>7.廣告、促銷與行銷公關。</li> <li>8.人員銷售、服務品質與關係行銷。</li> </ol>

	<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/日文課程大綱	<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>
課程進度表	
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>介紹行銷管理的內涵、演進、行銷環境與行銷研究，讓同學了解行銷管理之基本概念，--，--</p> <p>能利用電腦文書軟體進行個案報告，--，--</p> <p>能應用市場區隔、產品定位以及行銷組合 4P 策略，來進行行銷個案之研討，--，--</p> <p>藉由行銷個案之研討，了解行銷管理在實務上之應用，--，--</p>
指定用書	
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	