

南臺科技大學 107 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	M0N0AQ05
課程中文名稱	餐旅行銷管理
課程英文名稱	Marketing for Hospitality
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	夜二技餐旅四甲 夜四技餐旅三乙
任課教師	黃介宏
上課教室(時間)	週一第 12 節(W0409) 週一第 13 節(W0409) 週一第 14 節(W0409)
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	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> <p>-----</p> <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	<p>1.課程介紹：行銷學導論與定義</p> <p>2.餐飲旅館服務行銷</p> <p>3.餐飲旅館服之行銷系統、顧客行為</p> <p>4.行銷機會分析、行銷研究</p> <p>5.行銷策略:市場區隔與趨勢</p> <p>6.行銷研究</p> <p>7.行銷計劃與 8Ps</p> <p>8.產品開發與合作</p> <p>9.期中考</p> <p>10.人員:服務與服務品質、人員銷售與銷售管理</p>

	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	W 1 課程說明 W 2 觀光與餐旅行銷:概論 W 3 觀光與餐旅行銷:概論 W 4 觀光與餐旅市場的環境趨勢 W 5 觀光與餐旅市場的環境趨勢 W 6 觀光市場區隔、目標市場、定位 W 7 觀光市場區隔、目標市場、定位 W 8 觀光產品和服務 W 9 期中考 W 10 觀光產品和服務 W 11 行銷組合 W 12 行銷組合 W 13 Marketing 4.0 - 促成消費者的 5A 體驗 W 14 Marketing 4.0 - 豎立值得信賴的品牌 W 15 Marketing 4.0 - 引起消費者的好奇 W 16 Marketing 4.0 - 數位與實體通路的無縫相連 W 17 Marketing 4.0 - 用心經營社群關係 W 18 期末考
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，日常表現筆試筆試 能應用行銷學原理到餐旅業實務上，課堂講授，筆試筆試 能利用行銷實務案例分析行銷涵義，課堂講授，筆試筆試 培養學生團隊合作的精神，課堂講授，筆試筆試 體認與消費者溝通在行銷上的重要性，課堂講授，筆試筆試
指定用書	書名：觀光與餐旅行銷：體驗、人文、美感，三版， 作者：曾光華、陳貞吟、饒怡雲（2015）， 書局：台北：前程文化。 年份：2015

	ISBN： 版本：
參考書籍	行銷 4.0：新虛實融合時代贏得顧客的全思維 出版社：天下雜誌 Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital 原文作者： Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan 譯者： 劉盈君
教學軟體	
課程規範	