

# 南臺科技大學 108 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	B0D24001
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	二技休閒三甲
任課教師	施鴻瑜
上課教室(時間)	週四第 5 節(T0510) 週四第 6 節(T0510) 週四第 7 節(T0510)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	台語
輔導考照 1	
輔導考照 2	
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。
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> <ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>2. 能利用電腦文書軟體進行個案報告，--，3 電腦使用能力</li> <li>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</li> <li>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</li> </ol>
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> <li>9. 觀光產品的行銷組合。</li> <li>10. 目的地行銷。</li> </ol>

	<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	<p>課程導論</p> <p>1 行銷：創造顧客價值與參與</p> <p>2 公司與行銷策略：夥伴合作以創造顧客參與、價值與關係</p> <p>3 分析行銷環境</p> <p>4 管理行銷資訊系統以獲得顧客洞察力</p> <p>5 消費者市場與購買者行為</p> <p>6 顧客導向行銷策略：為目標顧客創造價值</p> <p>期中考</p> <p>7 產品、服務與品牌：建立顧客價值</p> <p>8 訂價策略：了解與掌握顧客價值</p> <p>9 行銷通路：傳遞顧客價值</p> <p>10 零售與批發</p> <p>11 溝通顧客價值：整合行銷溝通策略</p> <p>12 廣告與公共關係</p> <p>13 人員銷售與銷售促進</p> <p>14 直效、網路、社群媒體與行動通訊行銷</p> <p>期末報告</p>
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，課堂講授，日常表現</p> <p>能利用電腦文書軟體進行個案報告，個案研究(PBL)，實作</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，課堂講授，筆試</p> <p>藉由行銷個案之研討，了解行銷管理在實務上之應用，課堂講授，口頭報告</p>
指定用書	<p>書名：行銷學 (Principles of Marketing 16/E)</p> <p>作者：Philip Kotler. Gary Armstrong</p> <p>書局：高立 普林斯頓</p> <p>年份：2017</p> <p>ISBN：978-986-94478-9-8</p> <p>版本：16</p>
參考書籍	
教學軟體	<p>MS WORD</p> <p>MS PPT</p>
課程規範	<p>尊重智慧財產權，請購買原版書籍。</p> <p>每個人上課都要有教科書。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請隨時留意 Flip 數位學習之課程訊息。</li> <li>2. 出席率與學習態度為本課程之重要成績評核項目。</li> </ol>