

南臺科技大學 108 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	B0P02O01
課程中文名稱	行銷管理
課程英文名稱	Marketing Management for Tourism
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	專四技休閒四甲
任課教師	黃介宏
上課教室(時間)	週四第 12 節(W0608) 週四第 13 節(W0608) 週四第 14 節(W0608)
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	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> <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	<p>1.導論：觀光行銷的定義、行銷管理的哲學。</p> <p>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。</p> <p>3.市場行銷環境：個體環境分析、總體環境分析。</p> <p>4.行銷資訊系統：發展資訊、市場行銷研究。</p> <p>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。</p> <p>6.市場區隔、目標與定位：市場區隔、市場目標、市場定位。</p> <p>7.產品設計與管控：產品的層次、產品生命週期的策略。</p> <p>8.內部行銷：內部行銷的定義、內部行銷的過程。</p>

	<p>9.建立消費者忠誠度：顧客價值與滿意度、關係行銷。</p> <p>10.產品定價；影響訂價的因素、訂價的原則、訂價策略。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>13. 推廣產品、公共關係：公共關係的過程、危機處理。</p> <p>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。</p>
英/日文課程大綱	<p>1. Introduction</p> <p>2. Service characteristics of sightseeing marketing</p> <p>3. Marketing environment</p> <p>4. Marketing Information System</p> <p>5. Consumer market and consumer buying behavior</p> <p>6. Market segmentation, target and positioning</p> <p>7. Product design and control</p> <p>8. Internal marketing</p> <p>9. Establish consumer loyalty</p> <p>10. Product pricing</p> <p>11. Distribution channel</p> <p>12. Communication and promotion policy</p> <p>13. Promote products, public relations</p> <p>14. Destination Marketing</p>
課程進度表	<p>W 1 課程說明</p> <p>W 2 觀光與餐旅行銷:概論</p> <p>W 3 觀光與餐旅行銷:概論</p> <p>W 4 觀光與餐旅市場的環境趨勢</p> <p>W 5 觀光與餐旅市場的環境趨勢</p> <p>W 6 觀光市場區隔、目標市場、定位</p> <p>W 7 觀光市場區隔、目標市場、定位</p> <p>W 8 觀光產品和服務</p> <p>W 9 期中考</p> <p>W 10 觀光產品和服務</p> <p>W 11 行銷組合</p> <p>W 12 行銷組合</p> <p>W 13 Marketing 4.0 - 促成消費者的 5A 體驗</p> <p>W 14 Marketing 4.0 - 豎立值得信賴的品牌</p> <p>W 15 Marketing 4.0 - 引起消費者的好奇</p> <p>W 16 Marketing 4.0 - 數位與實體通路的無縫相連</p> <p>W 17 Marketing 4.0 - 用心經營社群關係</p> <p>W 18 期末考</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，筆試筆試</p> <p>能利用電腦文書軟體進行個案報告，分組討論，口頭報告筆試</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，分組討論，口頭報告</p>
指定用書	<p>書名：觀光與餐旅行銷：體驗、人文、美感，三版，</p> <p>作者：曾光華、陳貞吟、饒怡雲（2015），</p> <p>書局：台北：前程文化。</p> <p>年份：2015</p> <p>ISBN：</p> <p>版本：</p>
參考書籍	<p>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</p> <p>Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital</p> <p>原文作者： Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan 譯者： 劉盈君</p>
教學軟體	
課程規範	