

13

106020300, 03

開南大學 九十六 年度第二 學期 觀光與餐飲旅館 學系科目教學計劃表						
	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
課程名稱	中文：觀光行銷學	吳淑禎	必修	二年 A、B班	3	3
	英文：Tourism Marketing	先修課程	無			
教學目標與內容	1.瞭解觀光行銷的定義與重要概念。 2.瞭解觀光市場以及觀光客的購買行為。 3.瞭解觀光產品、價格、通路與促銷及其組合的策略。 4.學習如何撰寫觀光行銷計畫。 5.學習如何評估觀光行銷績效。 6.瞭解觀光行銷議題與新趨勢。					
實施方法	講座法、實作法、討論法、指定閱讀等					
評量方式	1.上課時採排固定座位，缺課(含事病假)達全學期三分之一扣考。 2.本課程依學校學習要求基本當率為10%。 3.成績評量:上課出席與參與30%，個人作業及考試10%;分組作業20%，期中考20%，期末考 20%。 4.個人作業:另行指定。 5.點前繳交觀光行銷計畫或專題完整powerpoint與相關附件內容，作業請以12號字、楷					
授課使用及參考書籍	1. 曹勝雄(2007)第八刷 觀光行銷學 台北：揚智出版 2. 陳建和(2007)觀光行銷學 台北：揚智出版 3. Hsu, C. H. C, & Power, T. (2002) Marketing Hospitality. N.Y. : John Wiley & Sons, Inc. 4. 李貽鴻(1997) 觀光行銷學 台中：五南出版 5. 高登第譯(2000) 科特勒談行銷：如何創造、贏取並主宰市場 台北:遠流出版					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
<p>觀光行銷即在將基本的行銷原理應用到觀光產業(包括餐飲、旅館、旅行社、航空空司、主題樂園等產業)的實務面，以滿足觀光旅遊的消費者需要，並達成觀光組織之經營目標。主要內容包括觀光行銷的定義、觀光產品特性、觀光消費者行為、目標市場與市場定位、觀光產品與服務、定價策略、通路決策、溝通與推廣組合、觀光推廣、觀光行銷計畫、觀光行銷計畫評估以及目的地行銷、網路行銷等議題。</p>						
教學進度						
日期	週次	主題	備註			
2008/2/28	1	和平紀念日放假				
2008/3/6	2	課程介紹(上課規則與進行方式) Ch1何謂觀光行銷				
2008/3/13	3	Ch2 觀光產品的特性				
2008/3/20	4	Ch16觀光行銷個案				
2008/3/27	5	Ch12、ch13觀光行銷計畫與績效評				
2008/4/3	6	Ch3 觀光消費者行為	觀光行銷計畫或專題的主題與大綱繳交			
2008/4/10	7	Ch4 目標市場與市場定位				
2008/4/17	8	Ch6 觀光產品與服務				
2008/4/24	9	期中考週				
2008/5/1	10	Ch7 觀光定價決策	完成觀光行銷計畫或專題			
2008/5/8	11	Ch8觀光通路決策	分組報告一			
2008/5/15	12	Ch9觀光溝通與推廣組合	分組報告二			
2008/5/22	13	Ch10觀光推廣:廣告與促銷	分組報告三			
2008/5/29	14	Ch11觀光推廣:公共關係、人員銷售	分組報告四			



2008/6/5	15	Ch14目的地行銷	
2008/6/12	16	Ch15網路行銷	
2008/6/19	17	Ch5觀光行銷研究趨勢	
2008/6/26	18	期末考週	
課程委員會召集人：觀光系主任 文祖湘			授課教師：吳淑禎

課務組
 97.3.6
 收文章