

空運經營與管理授課大綱

第八章 航空運輸市場行銷

- (一) 市場供需特性
- (二) 市場區隔
- (三) 尖離峰
- (四) 影響旅客需求的因素
- (五) 行銷策略

第九章 航空公司產品規劃

- (一) 產品規劃流程
- (二) 市場需求預估
- (三) 產品主要功能特性
- (四) 機隊航線規劃
- (五) Hub-and-Spoke概念
- (六) 策略聯盟
- (七) 航空公司品牌形象

第十章 航空公司產品的產出——作業與營運

- (一) 班表
- (二) 地勤
- (三) 維修
- (四) 安檢
- (五) 人力資源
- (六) 機艙服務

第十一章 票價政策與票價結構

- (一) 訂價策略
- (二) 票價表
- (三) 客運票價結構
- (四) 營收管理

第十二章 航空貨運

- (一) 航空貨運市場，需求與走向
- (二) 航空貨運承攬業的角色
- (三) 航空貨運訂價政策

第十三章 航空運輸業未來營運趨勢與管理