

# 開南管理學院觀光暨餐飲旅館管理學系

## 觀光行銷學課程大綱

授課老師：彭孟慈

時間：週二 9:10~12:00(S401)

☎：03-3412500-6014

✉：monica@mail.knu.edu.tw

授課班級：觀光 2 年級 A 班

Office Hours 週一、二、三 @ 12:00~13:00

### ■ 課程內容說明

- 本課程主要是介紹觀光餐旅行銷的基本要素的導論
- 主要的目的是讓你瞭解行銷的過程為何
- 以及了解行銷決策、行銷研究、目標行銷、購買者行為、產品策略、行銷通路及促銷活動與價格策略等

### ■ 課程目標

- 了解服務業與製造業的差異點
- 了解觀光服務業的消費者行為
- 分析行銷機會
- 進行行銷研究
- 撰寫行銷計劃
- 行銷計劃的執行因素

### ■ 所需教科書

Cathy H.C. Hsu, Tom Powers, "Marketing Hospitality", 3<sup>rd</sup> edition, New York: John Wiley & Sons, Inc.(桂魯: 2722-7543)

### ■ 參考書目:

- Alastair M. Morrison, "Hospitality and Travel Marketing", 3rd edition, Delmar Pub. Inc.
- Philip Kotler, John Bowen James Makens, "Marketing for Hospitality and Tourism", Prentice Hall Inc.
- 林資敏、陳德文著,「生活行態行銷 All In One」, 台北: 奧林文化, 民 88 年。
- Eric Schulz 著, 邱恩綺譯,「行銷遊戲: 全球頂尖企業如何玩出一片天」, 初版, 台北市: 先覺, 民 89 年。

- Scott Robinette, Claire Brand, Vicki Lenz, 陸劍豪譯,「情緒行銷」,台北市:商周文化,民91年。
- Al Ries, 李芳齡 譯 啊哈!公關(遠流)
- Richard Forster & Sarah Kaplan 唐錦超 譯 創造性破壞
- 天下雜誌編輯 顧客關係可以再靠近一點 (天下文化)
- 蔡蕙茹 著 顧客是永遠的戀人 (天下文化)
- 張戎誼 著 通路創新革命 (天下文化)
- 唐諾莫尼 著 銷售力 (麥格羅希爾)
- 凱莉慕尼 著 顧客交你的十件事—充分滿足顧客需求
- Kotler 科特勒新世紀行銷宣言 (天下文化)

### ■ 課程守則

- 你有責任將課堂中或課本我所指定閱讀與補充資料收集完整與仔細閱讀。若你因缺席導致未取得任何已發送之補充資料,請自行向其他同學取得完整資訊。
- 學期中將採抽點方式,4次未到該科將不予通過,不接受任何理由。
- 上課與考試中,嚴禁使用手機,凡響起、接收、發送將以曠課一次論處。考試時,將以零分計算。
- 上課請準時!若遲到請保持安靜由後門進入,遲到超過15分鐘視同曠課。不要養成遲到的習慣。
- 進入教室後請保持安靜且必需整節課留在教室內,若有要事必需事先離席請先告知老師,否則將以缺曠論處。

### ■ 觀光行銷學課程進度(此為預定進度將是學習狀況而調整)

週次	日期	授課內容	教材	作業
1	2/22	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 課程內容及相關規定說明</li> <li>✓ 分組名單</li> <li>✓ 行銷概念的介紹</li> </ul>	Chapter 1	
2	3/1	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 服務行銷的特色</li> <li>✓ 服務行銷系統</li> <li>✓ 服務品質管理</li> <li>✓ 等候線管理</li> <li>✓ 內部管理</li> </ul>	Chapter 2	
3	3/8	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 總體行銷環境</li> <li>✓ 個體行銷環境</li> </ul>	Chapter 3	<u>繳交平時作業 #1</u>

週次	日期	授課內容	教材	作業
4	3/15	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 消費行為</li> <li>✓ 購買行為</li> <li>✓ 區隔方法</li> <li>✓ 區隔企業市場</li> </ul>	Chapter 4	3/16 企業講座 <u>繳交期末報告題目</u>
5	3/22	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 行銷情報資訊</li> <li>✓ 行銷研究</li> <li>✓ 行銷研究流程</li> <li>✓ 顧客資訊系統(CRM)</li> </ul>	Chapter 5	
6	3/29	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 策略行銷與規劃</li> <li>✓ 企業策略規劃</li> <li>✓ 定位與功能性策略</li> </ul>	Chapter 6-7	<u>繳交平時作業 #2</u>
7	4/5	放 假		
8	4/12	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 產業現況調查報告</li> <li>✓ 上台 presentation</li> </ul>		<u>繳交期中產業現況報告</u> <u>進行口頭報告</u>
9	4/19	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 觀光服務行銷組合</li> <li>✓ 服務提供的內容</li> <li>✓ 觀光服務業產品</li> <li>✓ 品牌概念</li> <li>✓ 產品生命週期</li> <li>✓ 新產品的開發</li> </ul>	Chapter 8	
10	4/26	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 通路</li> <li>✓ 住宿業通路體系</li> <li>✓ 餐飲業的通路體系</li> <li>✓ 策略聯盟</li> </ul>	Chapter 9	
11	5/3	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 區位策略</li> <li>✓ 餐飲區位評估</li> <li>✓ 旅館區位的可行性評估</li> </ul>	Chapter 10	<u>繳交平時作業 #3</u> 5/2 企業講座
12	5/10	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 觀光服務業的定價策略</li> <li>✓ 決定定價的因素</li> <li>✓ 餐飲業定價方法</li> <li>✓ 收益式管理(Yield management)</li> </ul>	Chapter 11	
13	5/17	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 行銷溝通組合</li> <li>✓ 溝通目的</li> <li>✓ 廣告目標與方法</li> <li>✓ 廣告規劃</li> <li>✓ 廣告代理商</li> </ul>	Chapter 12	

週次	日期	授課內容	教材	作業
14	5/24	✓ 銷售的類型 ✓ 公共關係與宣傳 ✓ 人員銷售與銷售流程	Chapter 13	繳交平時作業 #4
15	5/31	✓ 在地行銷的基本要素 ✓ 餐飲業的在地行銷 ✓ 旅館的在地行銷	Chapter 14	
16	6/7	✓ 口頭報告		繳交期末報告
17	6/14	✓ 口頭報告		
18	6/21	期末考(考試範圍 Ch 01-14)		

### ■ 成績評量

評量項目	比重	評分標準
出席率	20%	缺課一次扣 2 分
平時作業	20%	共五次，缺繳一次扣 4 分
期中報告	20%	書面 12%與口頭 8%
期末報告	20%	書面 12%與口頭 8%
期末考	20%	採筆試

### ■ 關於報告

報告的目的是為讓你們能將理論加以運用，並透過資料收集整理與分析及同學互動討論的過程當中，學習到該企業如何進行行銷及團隊合作的重要性。

期中與期末報告題目是相同的，期中報告為前半部分，期末報告則完成 4p 的部分。

建議每章講授之後，則就報告部分著手討論及收集資料。

### 期中團體報告---產業現況調查(Field research report)--截止日: Apr 12, 2005

◆ 目的：觀光行銷環境調查。

◆ 方式：

✓ 假設你有興趣要開設經營的觀光服務產業或者針對現有的觀光相關企業來進行討論

✓ 撰寫內容

1. 企業簡介：說明該企業創設目的與提供的服務與產品，以及目前營業規模。(1 page)

2. 外部分析 (2 pages)

● 總體環境說明

■ 經濟

- 社會與文化
- 政治
- 科技
- 生態
- 個體環境說明 (2-3pages)
  - 競爭者分析
  - 消費者區隔
- 3. 內部分析 (2 pages)
  - 優劣分析
  - 設施與服務評估
- 4. 市場區隔 (1 page)
  - 以何種方法作為區隔市場依據
  - 目標市場為何? 特徵、大小

期末團體報告---撰寫行銷計劃--截止日: Jun. 7, 2005

◆ 目的：了解行銷計劃的擬定與執行方式

◆ 大綱

✓ 計劃摘要

主要在說明計劃執行的主要內容及預期達成的效益。

✓ 任務陳述

說明該項行銷計劃的實施目的，提供商品的內容、及鎖定市場

1. 外部分析

- 市場現況的摘要說明
- 消費者現況說明
- 競爭者評估

2. 內部分析

- 優劣分析
- 設施與服務評估

3. 市場區隔

- 以何種方法作為區隔市場依據
- 目標市場為何? 特徵、大小
- 市場定位/重定位方法 (2 pages)
  - i. 定位說明
  - ii. 採用何種定位法

4. 產品分析與策略 (1-2 page): 針對現有產品及擬開發的新產品策略

5. 定價分析與策略 (1-2 page): 同上

6. 通路分析與策略 (1-2 page): 通路分析包含銷售通路與區位分析

7. 促銷分析與策略 (2 page)

- 針對現有的促銷方式進行討論

- 並提出 1-2 種促銷活動(event, 明星代言、平面廣告、CF)
- 需包括活動主題、執行方式、時間等。

## 8. 結論與心得(2 pages)

### ■ 關於作業

#### 平時作業 #1---觀光行銷週期

- ◆ 目的：從圖 2-4 了解觀光行銷活動的效益 (1 page)
- ◆ 內容
  - ✓ 選擇一家你有興趣的觀光服務業，依照圖 2.4 來說明其行銷週期
  - ✓ 說明週期內不同步驟所帶來的成功與失誤點
  - ✓ 如何改善此失誤點並減少顧客流失
  - ✓ 可用表格方式呈現

週期內發生階段與特徵	成功	失誤

#### 平時作業 #2---觀光行銷情報調查

- ◆ 目的：行銷情報的取得 (1 page)
- ◆ 內容
  - ✓ 選擇一家現金交易的餐飲業
  - ✓ 觀察它們的顧客群以及他們購買哪些商品
  - ✓ 分析這些顧客的偏好
  - ✓ 設計一個常客行銷活動來刺激離峰時期的消費

#### 平時作業 #3---通路結構調查

- ◆ 目的：了解通路特性與其關聯性 (1 page)
- ◆ 內容
  - ✓ 分析旅行社或線上旅行社並了解提供服務內容
  - ✓ 該旅行社如何扮演通路的角色?可從其銷售產品的內容來判斷。

#### 平時作業 #4---廣告分析

- ◆ 目的：從不同媒體來看廣告的特色 (1 page)
- ◆ 內容
  - ✓ 從報章雜誌或廣告影片上選擇一則觀光服務業的廣告
  - ✓ 說明廣告的目的，主要目標市場與訴求。

## 觀光行銷學報告內容規訂

### 報告成員

1. 每 4 人為一組，沒有例外。
2. 4 人中請選一 Leader，負責溝通、協調與掌握報告進度。
3. 4 人必須分工將報告完成若有任一人因懈怠致影響團體合作，組長請儘快通知我。經瞭解後將除名。請自行承擔因團隊運作不當或失和致使報告未能如期完成且影響成績考核之結果。

### 報告題目

1. 每組選擇一「與觀光相關」主題進行討論。
2. 請於開學三週內決定題目
3. 各組題目選定後請向課代登記，若有重覆將以先選者為優先。
4. 題目經我確定後，將不得任意更改、擅自更改以零分計算。
5. 各組成員名單與研討題目請課代於第四週課後繳交

### 報告書寫

1. 報告請用 word 打字與編排。
2. 字型大小為 12 號字。
3. 字體: 中文為標楷體，英文請用 Time New Roman。
4. 字距以標準為主。
5. 與前後段距離以 1 列為主。

### 報告格式

1. 封面：題目、組別、組員姓名與學號
2. 目錄
3. 頁碼
4. 參考文獻(Reference)：至少十篇
5. 任何你所引用的表格請寫出資料來源與出處。
6. 小組各成員學習與報告心得(約 300 字)
7. 將工作分配表及自評分數置於報告最末頁
8. 報告內容請用你自己的話寫出，而不是抄襲他人文章，請特別注意！

### 關於口頭報告

1. 口頭報告當日全員到齊，缺一將以零分計算。
2. 服裝儀容力求端正
3. 時間：每組 20 分鐘
4. 請善用多媒體器具來增加你的分數