

開南大學 九十五 學年度第二 學期 觀光與餐飲旅館 學系科目教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
	中文：觀光行銷 <small>106020300-01</small>	陳桓敦	V必修 <input type="checkbox"/> 選修	二年C班	3	3
	英文：Tourism Marketing	先修課程	無			
教學目標與內容	由於觀光產業已經成為全球經濟發展的重要部門，無論從觀光需求的成長趨勢或是觀光產業的經營趨勢觀之，都驗證了龐大觀光市場的無窮潛力。然而面對旅遊消費型態遽變與科技發展的迅速，使得觀光事業經營競爭更加激烈，如何掌握消費者的偏好與需求，發揮行銷的優勢乃成為企業永續生存與經營成功的重要關鍵。本課程教學之目的，即在於讓學生了解如何將行銷原理應用到觀光產業的實務面，以及觀光業者如何提供適當的資源與服務，以滿足旅遊消費者的需要，均為教授觀光行銷的核心重點。					
實施方法	V講解法。 <input type="checkbox"/> 實作法。 V討論法。 <input type="checkbox"/> 演習法。 <input type="checkbox"/> 問答法。 <input type="checkbox"/> 其他（ ）。					
評量方式	期中測驗 30% 。期末測驗 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % 。平時成績 30% 。其他（報告）成績40% 。					
授課使用及參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。 1. 曹勝雄 觀光行銷學 楊智文化事業股份有限公司 2001 2. 李方 服務業行銷管理 楊智文化事業股份有限公司 2003 3. 方世榮 行銷學原理 東華書局 2004 4. 王逸峰 觀光行銷學 偉華書局有限公司					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：	1. 介紹教學大綱、課程大要、指定教科書 2. 行銷學之概念 3. 觀光產業與產品 4. 觀光產品之市場定位 5. 觀光行銷研究 6. 觀光產品之行銷通路 7. 觀光產品之消費者行為 8. 廣告、促銷與行銷公關 9. 人員銷售、服務品質與關係行銷 10. 觀光產品的行銷組合 11. 目的地行銷 12. 都市之觀光與行銷 13. 文化觀光的行銷 14. 行銷計畫書的撰寫(一) 15. 行銷計畫書的撰寫(二)					
說明：	1. 授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。 2. 本表於91.4.23第四次校課程委員會討論通過。 <small>Design: jmsy</small>					

課程委員會召集人：



授課教師：陳桓敦

