

開南管理學院九十五學年度第一學期 觀光與餐飲旅館學系「觀光行銷學」教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師		開課年級	學分數	每週時數
	中文：觀光行銷學	楊勝評	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修	進修三年A班	3學分	3小時
	英文：Marketing for Tourism	先修課程				
教學目標與內容	本課程在於幫助學生達成以下目標： 1.學習並精通現代觀光行銷的基本概念與實務運作模式。 2.利用指定作業研究，發掘相關課題並引發研究興趣。 3.配合系上安排企業(觀光相關產業)參訪及講座方式，使同學瞭解實務運作情形。					
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法。 <input type="checkbox"/> 實作法。 <input checked="" type="checkbox"/> 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25%。 期末測驗25%。 平時成績10%。 作業成績25%。 隨堂測驗15%。					
授課使用書籍	Philip Kotler等著, "Marketing for Hospitality and Tourism", 第四版, Prentice Hall, N.J., 華泰代理, 2006。 楊明青等譯, "觀光與接待業行銷", 第四版, 鼎茂圖書, 台北市, 2006[民95], 1~509頁。					
主要參考書籍	1.朱博湧著, "藍海策略台灣版: 15個開創新市場的成功故事", 初版, 天下文化, 2006[民95]。 2.Sultan Kermally著, 洪慧芳譯, "Gurus on Marketing大師解讀行銷", 初版, 天下雜誌, 台北市, 2004[民93], 1~251頁。					
科目簡介	面對複雜多變的發展環境與多樣異質的顧客需求, 行銷已成為觀光發展的重要關鍵之一。對於未來將投入觀光產業或研究此領域之學子, 期待能全心全意投入學習。課程之進行透過理論講解與實務討論, 使同學明瞭觀光行銷之論與實務; 同時, 藉由相關課題的發掘引發深入研究興趣, 奠定行銷管理領域學習之基礎。					
課程大綱	1.課程簡介、認識行銷與其哲學 2.觀光服務特性與行銷策略規劃 3.行銷環境 (隨堂測驗) 4.行銷資訊系統與行銷研究 5.消費市場與消費者購買行為 6.市場區隔與定位 (隨堂測驗) 7.品管與建立顧客忠誠度 8.定價考量、途徑和策略 9.期中考 10.配銷通路 11.溝通、促銷策略與廣告 12.公共關係與促銷 (隨堂測驗) 13.專業銷售 14.電子行銷 15.目的地行銷 16.期末學習分享(一) 17.期末學習分享(二) 18.學期考					

課程委員會召集人：

觀光系主任 陳桓敦

授課教師：

楊勝評

課務組
96.1.18
收文章