

# 國立東華大學企管系「觀光行銷與研討」課程大綱

1. 107學年度第一學期 班級:企管碩士專班學分班

2. 教師:巫喜瑞 研究室:管C427 分機: 3030

3. 時間: 依公告

4. 課外時間: 個別約定時間。

5. 教科書:

- 觀光行銷-顧客導向的服務業行銷, 巫喜瑞著(2017), 華立圖書(02-2221-2321)。

6. 上課方式:

本課程強調理論與實務的緊密結合, 上課前請同學事先預習上課內容, 上課時前半段時間由老師講授課本章節內容, 並進行討論或答覆問題。部份週次, 將安排觀光行銷管理個案模擬決策、觀光行銷管理實務個案討論, 以及觀光業的參訪交流活動。

全班同學平均分成6小組(每組約4人, 將視選課人數調整), 每小組選取一個觀光業的企業個案, 負責於課堂上口頭報告當週的個案研討內容, 該個案討論的焦點應儘可能與該次上課主題相呼應(但不以該次進度為限)。負責報告之小組, 應於前一週將報告內容繳交給老師, (書面與電子檔) (電子檔以MS Word 編輯, email [至](mailto:cedric@gms.ndhu.edu.tw) [cedric@gms.ndhu.edu.tw](mailto:cedric@gms.ndhu.edu.tw))。

並於學期末提交此觀光業行銷管理個案報告(書面與電子檔), 學生可針對其所選擇的國內外知名觀光業廠商, 運用適當的研究方法(應包括初級資料, 例如以人員訪談、問卷調查、觀察等方法)蒐集該觀光業的行銷管理策略和實務作法進行探討, 並與課程內容作一呼應及討論。並針對該觀光業廠商的行銷管理作為提出評論, 進而擬定可行的(有效的)行銷策略, 交由合作的觀光業廠商經理人, 給予回饋意見。最後針對業者提出的回饋意見進行討論與修訂。

7. 評分方式:

- (1) 觀光行銷管理個案期中報告(含期中口頭與期末書面報告) 50% (各佔25%)

(2) 觀光行銷管理模擬決策報告 30%

(3) 課堂參與討論(包括課堂出席與主動發言、參與討論) 20%

#### 8. 上課進度及內容:

週次	日期	內容	章節
		課程簡介	
		第1章 觀光行銷概論	
		第2章 觀光行銷環境與行銷研究	
		第3章 觀光消費者行為	
		第4章 觀光市場區隔、目標市場與定位策略	
		*繳交觀光行銷管理個案	
		*蒐集觀光行銷管理個案資料	
		*撰寫觀光行銷管理個案準備	
		第5章 觀光產品策略	
		第6章 觀光訂價策略	
		第7章 觀光通路策略	
		第8章 觀光推廣策略	
		第9章 觀光人員管理	
		第10章 觀光實體環境管理	
		第11章 觀光流程管理	
		第12章 觀光生產力與服務品質	
		第13章 顧客關係管理	
		第14章 觀光體驗行銷	
		第15章 服務補救與異常事件管理	
		期末報告	