

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際觀光行銷	授課 教師	陸積偉
開課系級	旅遊四 A TPTXB4A	開課 資料	選修 單學期 3學分
學系(門)教育目標			
<p>一、提供學用並進的學習環境(LearningEnvironment)。</p> <p>二、培養具人文精神與專業倫理之企業人才(Entrepreneurship)。</p> <p>三、發展學生國際經驗(Internationalization)。</p> <p>四、培育旅遊旅館專業人才(Professionalism)。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 具有分析問題與蒐集資料之能力。</p> <p>B. 具有服務精神及良好工作態度。</p> <p>C. 具有創業發展與社會責任之素養。</p> <p>D. 具有溝通領導與團隊合作之能力。</p> <p>E. 具有國際語言學習與交流之能力。</p> <p>F. 具有旅遊旅館專業能力。</p>			
課程簡介	<p>在全球化的時代,各國餐旅和觀光產業正快速的成長並不斷的推陳出新;文化創意產業更是發展中的焦點。本課程使學生瞭解觀光旅遊及旅館業之市場行銷概念和相關議題,如何運用各種不同的行銷方式成功推廣觀光旅遊及旅館住宿。此外,透過案例研討,同學們更可以真正瞭解,在全球各地觀光及餐旅的實際行銷活動,以及各個國家在全世界的觀光水平。</p>		
	<p>The hospitality and travel industry are undergoing repaid changes; also gaining focus along the development of Cultural Creative Industry. This course is to provide students with an understanding of marketing concepts and issues in tourism & hospitality, and different marketing techniques used in different sectors of the tourism & hospitality industry. Furthermore, through case discussion, students will gain insights of tourism & hospitality practical operations on local, national and global levels.</p>		

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如：「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	學生基本能力
1	瞭解觀光行銷的原則和方法	Understand the tourism marketing principles and methodologies	C3	ABCDF
2	區別微觀和宏觀的觀光環境議題	Distinguish between micro and macro tourism environmental issues.	A5	ABCDEF
3	運用SWOT分析,制定一個完善的觀光市場行銷策略	Complete a SWOT Analysis required to develop a sound marketing strategy.	P6	ABCDEF
4	執行目標市場的行銷分析	Perform a marketing analysis on a destination.	P6	ACDF
5	制定完善的行銷溝通策略	Develop a sound marketing communication strategy.	A6	ABCDEF

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	瞭解觀光行銷的原則和方法	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期中考、期末考
2	區別微觀和宏觀的觀光環境議題	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期中考、期末考
3	運用SWOT分析,制定一個完善的觀光市場行銷策略	課堂講授、分組討論	出席率、報告、期中考、期末考
4	執行目標市場的行銷分析	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考、期末考
5	制定完善的行銷溝通策略	課堂講授、分組討論	出席率、報告、期中考、期末考

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註

1	100/02/14~ 100/02/20	Course introduction and Overview	
2	100/02/21~ 100/02/27	Marketing Defined (Ch1)	
3	100/02/28~ 100/03/06	Marketing Hospitality and Travel Services (Ch2)	
4	100/03/07~ 100/03/13	The Hospitality and Travel Marketing System (Ch3)	
5	100/03/14~ 100/03/20	Customer Behavior (Ch4)	
6	100/03/21~ 100/03/27	Analyzing Marketing Opportunities (Ch5)	
7	100/03/28~ 100/04/03	Marketing Research (Ch6)	
8	100/04/04~ 100/04/10	Marketing Strategy: Market Segmentation and Trends (Ch7)	
9	100/04/11~ 100/04/17	Marketing Strategy: Strategies, Positioning, and Marketing Objectives (Ch8)	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	The Marketing Plan and the 8 Ps (Ch9, Ch12)	
12	100/05/02~ 100/05/08	Product Development and Partnership (Ch10, Ch13)	
13	100/05/09~ 100/05/15	People: Services and Services Quality (Ch11, Ch17)	
14	100/05/16~ 100/05/22	Pricing (Ch19)	
15	100/05/23~ 100/05/29	Final Exam (畢業班期末考試)	
16	100/05/30~ 100/06/05	None	
17	100/06/06~ 100/06/12	None	
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項	1.選出科代表 2.全班依規定分組 3.上課不得遲到早退,缺席不得超過5次 4.手機請調至靜音模式		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Alastair M. Morrison (2010), Hospitality & Travel Marketing (4e), (桂魯書局代理)		
參考書籍	Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens (2009), Marketing for Hospitality and Tourism, 5th Edition, Prentice-Hall Pearson Ltd. (華泰代理) (鼎茂圖書譯2010) 曾光華等 (2009), 觀光與餐旅行銷：體驗、人文、美感, 前程文化。		

批改作業 篇數	篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）
學期成績 計算方式	◆平時考成績：10.0 % ◆期中考成績：30.0 % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈分組報告〉：30.0 %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。