

美和科技大學



民生學院核心課程

課程名稱：休閒產業行銷

課程教學規範

中華民國一〇七年六月制定

1. 課程基本資料：

| | | | | |
|------|---------|-------------------------------|-----|---|
| 科目名稱 | 中文 | 休閒產業行銷 | | |
| | 英文 | Marketing in Leisure Services | | |
| 學制 | 日間部/進修部 | 四技 | 學分數 | 2 |

2. 教學目標

1.為培養民生學院學生具備國際就業能力與國際移動能力，特設計院核心課程規範

2.瞭解休閒產業之運作(認知)

透過課程內容使學生瞭解觀光休閒產業行銷管理的理論與實務，並藉著實際案例的探討與分析，使學生瞭解休閒產業行銷管理策略的制定與實務的運作。

3.體會(情意/態度)

觀光休閒產業是二十一世紀最有潛力的明星產業，也是目前全球最大最富生機的產業，而觀光休閒產業的範疇非常廣泛，包括：運動健康中心（含 SPA）、博弈多媒體娛樂（網路、音樂、圖書）、青少年及幼童遊憩中心、購物中心、民宿、休閒渡假村、博物館、主題樂園、休閒農業、原住民觀光、飲食文化產業、公營風景區、國家公園、森林遊樂區、慶典活動、會議展覽、生態旅遊、遊輪、渡輪、餐飲業、國際觀光旅館、釣魚產業（池釣、溪釣、磯釣、海釣）、休閒傳播媒體、文化創意產業等。

為讓同學可以按部就班學習觀光休閒產業行銷之理論與實務，本課程從最基礎的行銷導論出發，並以上述所列部分之觀光休閒相關產業作為案例探討對象，由淺入深逐一教導同學觀光休閒行銷組合與運用、觀光行銷計畫研擬、觀光行

銷定價策略、行銷推廣、行銷績效評估、觀光休閒實體環境管理，以及觀光客消費者行為與顧客關係管理等行銷管理知識納入本課程內容。

4.(技能)

本課程會由授課老師帶領同學共同探討觀光休閒產業各種行銷策略，並針對目前觀光休閒產業發展之最新趨勢，教導同學當前觀光休閒產業常見之行銷模式，期許同學未來進入職場時可善用本課程所學習到之知識、技能與證照，應徵觀光休閒產業之行銷企劃人員、休閒產品行銷企劃人員、觀光工廠行銷企劃人員等職務，落實學用合一目標，增加同學學習之意願與興趣。

5.課程綱要(說明)

本課程主要內容涵概休閒產業行銷管理過程中重要的步驟和議題。包括有觀光行銷概論、行銷環境與行銷研究、觀光客行為、觀光市場區隔、目標市場與定位策略、觀光行銷組合（產品策略、訂價策略、通路策略、推廣策略、人員管理、實體環境管理、流程管理、生產力與服務品質管理）、顧客關係管理、體驗、服務補救與異常事件管理等。

◎課程關連性：

是否建議先選何種課程再來修本課程？否，是(填是請填以下先修課程)

| 課程關連性 | | | | |
|-------|---|--------|---|--------------|
| 先修課程 | | 本課程 | | 進階/接續相關課程 |
| | → | 休閒產業行銷 | → | 觀光行政與法規/產業實習 |

4. 教學活動

1. 課堂授課
2. 分組研討與報告
3. 其他：實務案例分析探討、業界專家演講、休閒產業相關影片欣賞
4. 證照：輔導考取初階觀光行銷證照、青年活動企劃師證照、遊程規劃師-初階證照等觀光休閒行銷類證照

5. 成績評量方式

1. 期中考 30%
2. 期末考 30%
3. 平時成績考核 40%

6. 教學輔導

6.1 課業輔導/補救教學對象：

- ◆ 成績欠佳之學生：凡期中考成績落於班級成績後 30%，或期中考成績不及格之學生，提供課業輔導。

- ◆ 有特別學習需求之學生：因其他特殊學習需求，學生有個別需要深入了解本科目更深入的學習內容、特殊主題或進階應用有興趣者，提供深度課業輔導。

- ◆ **6.2 課業輔導/補救教學之實施**

課業輔導/補救教學之實施方式，採下列方式進行：

- ◆ 分組互助教學：建立小組同儕學習制度，將學生予以分組，並於每組中安排成績優異的學生擔任組長，以隨時協助成績欠佳學生跟上學習進度，並可此形成互相觀摩學習的讀書風氣。
- ◆ 課後輔導：由授課教師於課輔時間（Office Hours），幫助成績欠佳或有特別學習需求之學生進行課後輔導。
- ◆ 補救教學：授課教師額外指定成績欠佳學生，進行課後作業練習，使其能在不斷的練習中獲得進步。

7. 附件：

- ◆ 課程綱要表：詳後附件。

◎ 附件：

旅館管理課程綱要表

| | | | | | |
|---------------|---|----|---|--------------|----|
| 科目名稱 | 休閒產業行銷 | | | | |
| 學年度 | 107 | 學期 | 下 | 學分數 | 2 |
| 教學目標 | 一、建立學生具備休閒產業行銷之基礎素養 二、具備國內外休閒產業行銷個案之分析能力。 三、培養學生休閒產業行銷個案之規劃能力 | | | | |
| 教學課程綱要 | | | | | |
| 單元主題 | 內容綱要 | | | 教學參考節數 | 備註 |
| 第一週 | 課程介紹及評分標準說明 | | | 2 | |
| 第二週 | 休閒產業行銷概論 | | | 2 | |
| 第三週 | 休閒產業環境與行銷研究 | | | 2 | |
| 第四週 | 消費者行為 | | | 2 | |
| 第五週 | 市場區隔、目標市場與定位策略 | | | 2 | |
| 第六週 | 產品策略 | | | 2 | |
| 第七週 | 訂價策略 | | | 2 | |
| 第八週 | 通路策略 | | | 2 | |
| 第九週期中評量 | 期中考試(報告) | | | 2 | |
| 第十週 | 推廣策略 | | | 2 | |
| 第十一週 | 人員管理 | | | 2 | |
| 第十二週 | 實體環境管理 | | | 2 | |
| 第十三週 | 服務流程管理 | | | 2 | |
| 第十四週 | 生產力與服務品質管理 | | | 2 | |
| 第十五週 | 顧客關係管理 | | | 2 | |
| 第十六週 | 體驗行銷 | | | 2 | |
| 第十七週 | 休閒產業異常事件處理 | | | 2 | |
| 第十八週期末評量 | 期末考試(報告) | | | 2 | |
| 授課時數合計 | | | | 36 小時 | |