

重新查詢

友善列印

0981學期 課程基本資料

系所 / 年級	休憩系碩專班 2年級	課號 / 班別	96E00034 / A
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	城市旅遊專題	科目英文名稱	Seminar on City Tourism
主要授課老師	張峻嘉	開課期間	一學年之上學期
人數上限	30 人	已選人數	9人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / M319 / 星期3第10節
第1週 / 第18週 / M319 / 星期3第11節
第1週 / 第18週 / M319 / 星期3第12節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要

一、教學目標(Objective)

透過休憩觀光和城鄉發展的觀點，介紹城市觀光的基本意義、觀光行銷的真諦、城鄉風貌和市政發展的相關理論與研究，幫助同學了解城市觀光、城市觀光行銷、城鄉風貌和市政發展之間諸多互動的面向，培養學生從事城市觀光與行銷的專業知識，課程當中輔以多媒體（VCD）資料，提供學

二、先修科目(Pre Course)

三、教材內容(Outline)

城市觀光行銷是一個複雜而有趣的課題，主要介紹城市觀光的基本意義、觀光行銷的真諦與從事城市觀光行銷應具備的專業知識。

四、教學方式(Teaching Method)

講授、研討、媒體運用、專題實作、個案教學、機關(構)產業見習參訪

五、參考書目(Reference)

國際行銷管理-全球本土化觀點張福榮五南 國際行銷學王睦舜 五南 風格之競@曼谷李俊明 天下文化 設計東京吳東龍高寶

2009/9/16	課程說明-城市觀光行銷概論與意義	張峻嘉
2009/9/23	城市觀光的主要研究途徑與內容	張峻嘉
2009/9/30	城市觀光的相關面向與領域	張峻嘉
2009/10/7	世界觀光旅遊市場分析	張峻嘉
2009/10/14	觀光旅遊產業與產品特質	張峻嘉
2009/10/21	觀光行銷環境與策略	張峻嘉
2009/10/28	消費者行爲	張峻嘉
2009/11/4	遊客體驗與與體驗行銷	張峻嘉

六、教學進度(Syllabi)	2009/11/11	期中考	張峻嘉
	2009/11/18	市場區隔與定位	張峻嘉
	2009/11/25	行銷產品策略與價格策略	張峻嘉
	2009/12/2	城市觀光行銷與文化地標	張峻嘉
	2009/12/9	城市觀光行銷和城市品牌與風格的塑造	張峻嘉
	2009/12/16	目的地行銷與網路行銷	張峻嘉
	2009/12/23	觀光行銷企畫	張峻嘉
	2009/12/30	城市觀光行銷個案例舉	張峻嘉
	2010/1/6	結論、建議與城市觀光發展趨勢	張峻嘉
	2010/1/13	期末報告	張峻嘉

七、評量方式(Evaluation) 1.期中考30% 2.討論及作業30% 3.期末報告40%

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢