

澳門理工大學
博彩旅遊教學及研究中心
工商管理碩士學位課程（博彩管理專業）
學科單元大綱

2022 / 2023 學年第 2 學期

學科單元	博彩企業營銷管理			班別編號	GMGT6121-121
先修要求	---				
授課語言	中文			學分	3
理論課課時	45 課時	實踐課課時	---	總課時	45 課時
教師姓名	曾忠祿		電郵	zlzeng@mpu.edu.mo	
辦公室	氹仔校區珍禧樓 2 樓 P251 室		電話	88936229	

學科單元概論

博彩產業是一個特殊產業，博彩產業的經營面臨的各種制約因素。本課程將探討在現有的約束條件下，澳門博彩企業的營銷戰略。課程將探討現有的前沿理論、基於有關理論的運作實踐，以及新的信息通訊技術條件下的新的營銷手段，並在充分了解有關理論、實踐和信息通訊技術基礎上探討澳門博彩企業的營銷戰略。

學習目標

修習完此學科單元後，學生應當能夠：

1. 清楚博彩企業營銷管理的概念；
2. 清楚博彩企業營銷面對的各種制約條件，包括內地、澳門法律法規的約束，企業社會責任的約束等；
3. 能在不同理論和方法的指導下制定和執行不同的營銷戰略；
4. 能了解新的信息通訊技術的發展帶來的新的營銷機會，掌握社交媒體營銷的方法；
5. 能根據不同的市場環境，針對不同的細分市場制定不同和執行不同的營銷戰略；
6. 在履行博彩與娛樂管理職務時，具備高度的營銷道德倫理及社會責任意識，並處理複雜的營銷道德議題。

教學內容

- | | |
|---------------------|--------|
| 一、 營銷的基本概念及其發展（曾忠祿） | 2.5 小時 |
| 1、 營銷的概念 | |
| 2、 營銷概念的發展 | |
| 3、 博彩業營銷的局限性與戰略 | |
| 二、 博彩企業營銷的約束性條件 | 2.5 小時 |
| 1、 博彩產業的特殊性 | |
| 2、 內地法律法規的變化 | |

3、	內地有關打擊跨境賭博犯罪的案例	
4、	博彩企業的社會責任	
5、	基於內地和澳門法律法規約束的博彩企業營銷對策	
三、	基於利益相關者期望的博彩營銷戰略	2.5 小時
1、	利益相關者理論	
2、	利益相關者的重要性決定模型	
3、	澳門博彩業的利益相關者	
4、	澳門利益相關者的期望	
5、	基於利益相關者的期望的澳門博彩業營銷戰略	
四、	基於公共衛生模型的博彩產業營銷戰略	2.5 小時
1、	公共衛生模型	
2、	基於公共衛生模型的博彩業分析	
3、	基於公共衛生模型的博彩產業營銷戰略	
五、	基於技術變化的博彩營銷	2.5 小時
1、	互聯網（手機）博彩的發展	
2、	軟件分析技術的發展	
3、	內地大數據（包括掃碼制度）的發展	
4、	技術變化對澳門博彩業營銷的影響	
5、	基於當今技術的博彩營銷戰略	
六、	社交媒體營銷	2.5 小時
1、	社交媒體營銷概念	
2、	不同的社交媒體營銷方法	
3、	KOL 營銷的六大趨勢	
4、	KOL 營銷案例分析	
七、	博彩企業的細分市場分析及營銷戰略	2.5 小時
1、	澳門目前遊客的人口特徵	
2、	針對老年人口的營銷戰略	
3、	針對高端消費者的營銷戰略	
4、	針對婚慶市場的營銷戰略	
八、	針對東南亞國家的營銷戰略	2.5 小時
1、	東南亞國家人口增長趨勢	
2、	經濟發展趨勢	
3、	文化趨勢（消費偏好）	
4、	現有的博彩產業	
九、	基於客戶關係管理的博彩營銷	2.5 小時
1、	客戶關係管理的概念	
2、	大數據分析—凱撒案例	
3、	澳門博彩企業客戶關係管理的問題與對策	
十、	基於客人消費行為的博彩營銷	2.5 小時

- 1、 接觸對客人消費行為的影響
 - 2、 博彩客人的適應行為
 - 3、 有限理性與賭博
 - 4、 基於適應理論的營銷戰略
 - 5、 非顧客管理：非顧客的類型、把非顧客轉換成顧客的戰略對策
- 十一、 賭場客戶專員的運作策略 2.5 小時
- 1、 賭場客戶專員的概念
 - 2、 賭場客戶專員的主要作用
 - 3、 現有的主要實踐
 - 4、 現有約束條件下澳門的賭場客戶專員的運作策略
- 十二、 基於意義創造的賭場度假村營銷戰略 2.5 小時
- 1、 意義創造的概念
 - 2、 意義創造的實施戰略
 - 3、 案例（永利、美高梅等）
 - 4、 新形勢下澳門賭場度假村基於意義創造的營銷戰略
- 十三、 基於動態能力的博彩企業博彩營銷戰略 2 小時
- 1、 動態能力的概念
 - 2、 動態能力在博彩業的適用性
 - 3、 基於動態能力的澳門博彩企業發展戰略
- 十四、 基於設計思維的賭場度假村營銷戰略 2 小時
- 1、 基於設計思維的基本概念
 - 2、 以人為中心的理念
 - 3、 從新的角度定義問題（轉換視角）的重要性
 - 4、 試錯的重要性
 - 5、 基於設計思維的創新流程
 - 6、 基于设计思维的澳門賭場度假村营销战略
- 十五、 澳門博彩業面臨的競爭分析及營銷對策 2 小時
- 1、 競爭的層次（直接競爭與間接競爭）
 - 2、 直接競爭的國家（地區）
 - 3、 競爭國家（地區）博彩規模
 - 4、 競爭國家（地區）相對競爭優勢（SWOT）分析
 - 5、 非直接競爭
 - 6、 澳門博彩企業的營銷對策
- 十六、 基於競爭優勢的澳門博企營銷戰略 2 小時
- 1、 區位優勢分析
 - 2、 規模優勢分析
 - 3、 互補性資源
 - 4、 其他
 - 5、 基於競爭優勢的澳門博企營銷戰略
- 十七、 基於藍海戰略分析工具的博企營銷 2 小時

- 1、 藍海戰略基本概念
- 2、 戰略草圖分析方法
- 3、 四項行動架構
- 4、 利用藍海戰略分析工具分析澳門的度假村酒店（選擇不同類別）

- 十八、 基於藍海戰略的博企發展戰略 2 小時
- 1、 跨足另類產業
 - 2、 探討戰略群組
 - 3、 破解顧客鏈
 - 4、 互補產品與服務
 - 5、 理性訴求與感性訴求
 - 6、 基於藍海戰略的博企發展戰略

- 十九、 期末報告 3 小時

III 學習及考核方法

- 1、 教師講授：核心理論與方法
- 2、 每個同學選擇一個主題（少數主題可以兩個同學共同選擇），同老師討論有關主題，並在老師的指引下研究相關主題，包括：有關理論，有關實踐（案例），澳門博彩公司的營銷策略。
- 3、 在課堂上講解有關主題：理論，實踐、澳門的策略。
- 4、 每個同學都需要對其他同學的講解的主題中涉及澳門博彩公司的營銷策略提出自己的策略，並提供支持的證據。
- 5、 主講同學需要總結其他同學的建議，並在此基礎上完善自己負責的主題，在下一次課堂上向大家匯報。
- 6、 考試方法：平時成績佔 50%；最終報告佔 50%。
- 7、 平時成績的計算：自己負責的主題演示結果；每次上課對別的同學的主題發表的建議。
- 8、 最終報告的計分方法：是否總結了 1) 最新的理論、方法；2) 有無案例支持；3) 有否針對澳門的博彩企業提出具體的戰略建議。

教學方法

課堂講授、案例分析、小組研習。

考 勤 要 求

按《澳門理工大學碩士學位課程教務規章》規定執行。

評核標準

採用 100 分制評分：100 分為滿分、50 分為合格。

評分方法與分數分佈表：

項目	說明	百分比
持續評估	平時成績主題演示	50%
期末論文	根據相關主題撰寫論文	50%

* 對於剽竊行為的處理：抄襲他人作業或允許人抄襲的作業，比重達到 30%，成績將以零分計算。剽竊比重的計算按理工訂購的 Turnitin 線上反剽竊系統(www.turnitin.com/en_us/home)檢查確定。

特別說明：本學科單元不設期末考試，因而也不會安排補考。

教材

一) 參考書籍

- 1) 曾忠祿，21 世紀商業情報分析，中國經濟出版社，2018。
- 2) 曾忠祿，全球賭場掃描：現狀與趨勢，中國經濟出版社，2010。
- 3) 金偉燦、莫伯尼，藍海戰略：開創無人競爭的全新市場，天下遠見出版有限公司，2005。
- 4) Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan, Marketing 3.0, Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2010.
- 5) Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Marketing Management 14th ed. Prentice Hall, 2012.

二) 參考文獻

- 1) 內地兩院一部，有關《辦理跨境賭博犯罪案件若干問題的意見》。
- 2) 內地刑法 303 條。
- 3) 第 7/2022 號法律：修改第 16/2001 號法律《娛樂場幸運博彩經營法律制度》。
- 4) 王長斌，澳門博彩企業社會責任的法律規範：範圍、方法與措施，世界博彩與旅游研究，2022 年第一期。
- 5) 曾忠祿，澳門博彩業的利益相關者：分析與建議，亞太經濟，2008-11-10。
- 6) 曾忠祿，基于公共衛生模式的博彩行為研究，澳門理工學報，2015 年第 2 期。
- 7) 曾忠祿，彩票與娛樂：基于公共健康模式的彩票功能定位研究，世界博彩與旅游研究 2020-2。
- 8) 曾忠祿，翟群，游旭群，國內彩票購買者的有限理性行為研究，心理科學，2009，32(05)：1248-1251。
- 9) 王興，博彩與遊戲融合趨勢研究，世界博彩與旅游休閒研究，2020 年第 1 期
- 10) 李珂、曾忠祿，基于心流理論的老年社交博彩研究，世界博彩與旅游研究，2021 年第一期；
- 11) 李威廉等，老年人個體之間的博彩娛樂行為，澳門博彩，2012 年 10 月。
- 12) 美國中央情報局，World Factbook：<https://www.cia.gov/the-world-factbook/>。
- 13) 曾忠祿、王興，大數據在旅遊研究中的運用——國際文獻研究，情報雜誌 2020-07-23；
- 14) 曾忠祿，大數據分析：優勢與缺陷——以凱撒娛樂公司為例，情報雜誌 2019-02-22。
- 15) 曾忠祿，大數據分析中的誤區——基于紐約市的成功實踐的案例研究，情報雜誌，2017，36(04)：93-97。
- 16) 曾忠祿，大數據分析:方向、方法與工具。情報理論與實踐，2017，40(01)：1-5。
- 17) 曾忠祿、李珂，基于歸納法的內容分析方法的運用——以《唐宮夜宴》為例·情報理論與實踐，2021，44(10)：83-89。
- 18) 曾忠祿、馬爾丹，文本分析方法在競爭情報中的運用·情報理論與實踐，2011，34(08)：47-50。
- 19) 頭豹，2022 年中國短視頻營銷行業概覽：

https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202204281562203862_1.pdf?1651177560000.pdf

- 20) 曾忠祿、李珂，基于設計思維的企業家發現——一個情報學視角的創新機會發現過程·
情報理論與實踐，2022,45(05)：91-98。
- 21) 曾忠祿，商業情報的新方向：針對“意義創造”的情報服務.情報理論與實踐, 2022,45(03)：
6-11。
- 22) 曾忠祿，澳門博彩公司非博彩多元化發展現狀及必要性分析，澳門研究，2017-3。
- 23) 曾忠祿，拉斯維加斯的動態能力及澳門的借鑒，澳門理工學報，2017-1。

附件：各評核方法之評核標準 (Assessment Rubrics)

1、下表為學科單元預期學習果效與對應評核方法之總體評核標準：

學科單元 預期學習果效 (MILOs)	評核方法	A/A- (88-100) Excellent	B+ (83-87) Very Good	B/B- (73-82) Good	C+/C/C- (58-72) Satisfactory	D+/D (50-57) Pass	F (49-0) Fail
清楚博彩營銷的基本概念和制約條件。	課堂參與及表現/個人研習報告/期末論文。	能系統地闡述企業營銷的基本概念和制約博彩企業營銷的因素：包括法律的和社會責任的。	能夠大致清晰地闡述企業營銷的概念和制約博彩企業營銷的因素：包括法律的、企業社會責任的。	能夠大致清晰地闡述市場營銷的概念和主要制約博彩企業營銷的因素：法律因素。	能大致講出企業營銷的概念，制約博彩企業營銷的部分法律因素。	能大致講出企業營銷的概念，講出涉及的法律。	不能講出企業營銷的概念，講不出涉及的法律。
掌握不同理論視角下的博彩企業營銷和運用方法。	課堂提問/個人研習報告/小組報告/期末論文。	能夠正確的陳述不同的營銷理論並提出相應的博彩企業營銷戰略。	能夠正確陳述學習過的主要營銷理論和提出相應的博彩企業營銷戰略。	能夠正確陳述部分營銷理論和提出相應的博彩企業營銷戰略。	能夠正確陳述部分營銷理論，提出少量的博彩企業營銷戰略。	能夠提出不同視角的博彩企業營銷戰略。	不能陳述主要的營銷理論，也不能提出有效的博彩企業營銷戰略。
掌握社交媒體的營銷方法。	課堂參與及表現/個人報告/期末論文。	能講出不同的社交媒體平台，能運用各種的社交媒體營銷方法。	能夠講出主要的社交媒體營銷平台，以及運用主要的社交媒體營銷方法。	能夠講出一些社交媒體營銷平台和運用一些社交媒體營銷方法。	能夠講出兩種或以上社交媒體營銷平台和運用兩種或以上社交媒體運用方法。	能夠講出一種重要的社交媒體營銷平台和運用一種或以上社交媒體營銷方法。	不清楚社交媒體的概念，不會運用任何社交媒體的營銷方法。
能根據地區或人口特征做市場細分。	課堂參與及表現/小組報告/期末論文	能有效的根據地區或人口特征有效地分析不同的細分市場。	能有效的根據地區或人口特征分析主要的細分市場。	能有效的根據地區或人口特征有效地分析部分的細分市場。	能有效的根據地區或人口特征有效地分析兩個或以上細分市場。	能有效的根據地區或人口特征有效地分析至少一個的細分市場。	不會做有效的市場細分。
分析博彩企業營銷涉及的道德與社會	課堂參與及表現/課後作業/小組報告。	能系統地描述博彩企業營銷涉及的	能系統地描述博彩企業營銷涉及的	能較清晰地描述博彩企業營銷涉及的主要	能描述博彩企業營銷涉及的主要道德和社	能描述博彩企業營銷涉及的主要道德	不能描述博彩企業營銷涉及的道德或

責任問題。		道。德和社會責任問題。	主。要道德和社會責任問題。	道德和社會責任問題。	會責任問題。	或社會責任問題。	社會責任問題。
-------	--	-------------	---------------	------------	--------	----------	---------

2、對於課堂參與和課堂表現（包括回答提問、參與課堂討論的情況），依照下述評核標準：

要求學生參與課堂的授課和教學會活動，教師對每一個學生的參與的品質和數量進行評價，學生需要完成老師指派的作業和案例分析，老師將對作業進行收集和評分。其主要目的是通過討論案例、回答問題和完成作業，開發學生從教材和課題講授應用知識和學校的能力。

評核級別 評核內容	A/A- (88-100) Excellent	B+ (83-87) Very Good	B/B- (73-82) Good	C+/C/C- (58-72) Satisfactory	D+/D (50-57) Pass	F (49-0) Fail
出席比率	缺席 10%以內	缺席 15%以內	缺席 20%以內，上課	缺席 30%以內	缺席 30%以內	缺席 30%以上
認真聽課	上課認真聽講。	上課能認真聽講。	上課不認真聽講。	上課不認真聽講。	上課不認真聽講。	無心聽講，幹擾他人。
積極參與	積極舉手發言，積極參與討論與交流。	能舉手發言，有參與討論與交流。	很少舉手，極少參與討論與交流。	偶爾參與討論。	不參加討論。	基本不參與討論。
完成作業	提交 90%以上作業，正確率 90%以上的。	提交 80%以上的作業，正確率 80%以上的。	提交 70%以上的作業，正確率 70%以上的。	提交 60%以上作業，正確率 60%以上的。	提交低於 60%作業，正確率低於 60%的。	提交低於 50%作業，正確率低於 50%的。
案例分析	參與 90%以上案例分析，正確 90%以上分析的。	參與 80%以上案例分析，正確 80%以上分析的。	參與 70%以上案例分析，正確 70%以上分析的。	參與 60%以上案例分析，正確 60%以上分析的。	參與低於 60%以下案例分析，正確 60%以下分析的。	參與低於 50%以下案例分析，正確 50%以下分析的。
總計100%						

3、對於課後作業、期末考試中問答題及論述題（Essay Question）的評核，依照下述評核標準：

個人研習報告的目的在於，為學生提供一個應用和分析理解本課程的機會，通過學生課堂學習的理論，結合聯繫自己工作的實際情況進行相應市場的分析 and 總結，進一步提升學生對相關概念和理論的理解能力。要求每個學生單獨完成該項活動。

評核級別	比例	A/A- (88-100) Excellent	B+ (83-87) Very Good	B/B- (73-82) Good	C+/C/C- (58-72) Satisfactory	D+/D (50-57) Pass	F (49-0) Fail
評核內容							
題目主題	25%	主題有較大意義。	主題有一定意義。	主題有一定意義。	主題有一定意義。	主題有一定意義。	主題沒有意義。
理論知識應用	25%	有很強的理論基礎，有應用可行性。	有很強的理論基礎，有一定的應用可行性。	有一定的理論基礎，有一定的應用可行性。	有一定的理論基礎，運用可行性不確定。	有一定的理論基礎，缺乏應用可行性。	缺乏理論基礎和運用可行性。
論點論據	15%	有很強的數據支持。	有較強數據支持。	有一定數據支持。	有一定數據支持。	有數據支持。	缺乏數據支持。
組織結構	10%	文章嚴謹、富有邏輯性。	文章嚴謹、邏輯清晰。	文章結構較完整。	文章結構不夠完整。	文章結構問題不夠完整。	文章結構混亂。
文字表達	10%	文字表達準確流暢。	文字表達基本準確流暢。	文字表達基本通暢，但不夠準確。	文字表達不夠準確，也不夠流暢。	文字表達不準確，但基礎流暢。	文字表達既不準確也不流暢。
結論建議	15%	結論正確、提出合理建議。	結論正確，基本合理建議。	結論基本正確，建議不夠合理。	結論基本正確，建議不合理。	結論有值得商榷之處。	結論不正確。
總計	100%						

4、對於小組研習報告（Group Presentation）的評核，依照下述評核標準：

小組研習報告的目的在於，提供學生一個機會來應用分析工具學習這門課程，並且分析比較在真實市場環境情況下的最終的公司市場策略。要求學生形成 3-5 人的小組，並報告指導老師。

評核級別	比例	A/A- (88-100) Excellent	B+ (83-87) Very Good	B/B- (73-82) Good	C+/C/C- (58-72) Satisfactory	D+/D (50-57) Pass	F (49-0) Fail
溝通能力	40%	表達清晰，生動有趣、注重與聽眾互動。	表達清晰，注重與聽眾互動。	表達不夠清晰，注重於聽眾互動。	表達不夠清晰，與聽眾互動不夠。	表達不夠清晰，缺乏與聽眾互動。	表達邏輯混亂，缺乏與聽眾互動。
內容	40%	內容豐富、有充分的理論、案例。	內容豐富，有充分的理論，缺乏案例。	內容不夠豐富，有一定的理論，缺乏案例。	內容不夠豐富，理論不充分。	內容貧乏，理論不充分。	內容貧乏，缺乏理論。
團隊合作	20%	團隊默契分工、組織流暢。	團隊合理分工與組織合理。	團隊分工合理、組織欠佳。	團隊分工基本合理、組織不當。	有一定的團隊合作。	團隊無配合。
總計	100%						