

行銷理論應用於學校經營之研究—以桃園地區國中為例

賴廷彰, 黃素惠, 連崇盟

師資培育中心

人文社會學院

suhui@chu.edu.tw

摘要

本研究以行銷理論應用於學校經營之研究為內容，期望瞭解目前桃園地區國民中學學校如何經營、如何運用行銷策略。本研究之研究方法以文獻探討及問卷調查為主，期望得到廣度、深度兼顧的研究資料，以求研究的信效度得以完善，最後以文獻分析的理論與基礎，為研究資料所得到的內容做分析與結論。

關鍵字：國民中學、學校行銷、教育行銷、行銷策略