

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	服務業行銷	授課 教師	吳玲嬋 Wu, Ling-chan
	SERVICES MARKETING		
開課系級	企管進學班三 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMBXE3P		
系所教育目標			
<p>一、開發研究潛能。</p> <p>二、培養管理專業。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、產業取向與實務訓練。</p>			
系所核心能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程的設計在於有系統地探討服務業行銷與管理的理論與應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的實務價值，藉以提升同學對服務業行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決服務業行銷與管理問題的能力。</p>		
	<p>The course is designed to discuss the theories and applications of services marketing and management systematically. Through the analysis of key concepts and real cases around the world, the course intends to stimulate students' interests towards services marketing and cultivate students' ability to analyze and solve services marketing problems.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系所核心能力相關性

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」、「系所核心能力」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「系所核心能力」。單項教學目標若對應「系所核心能力」有多項時，則可填列多項「系所核心能力」(例如：「系所核心能力」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	系所核心能力
1	1. 使學生了解服務業的重要性與發展, 並讓學生了解服務的意義、特性與類型	1. Provide students with better understanding of the definition of the service markets and the importance of the development aspects of the service markets. Engage students in understanding the characteristic of service markets and classification of services.	C2	ABCD
2	2. 加強學生對消費者行為、顧客知覺價值以及顧客滿意度的了解以及讓學生了解顧客體驗、服務補救和顧客關係及忠誠度	2. Enhance students' understanding in consumer behavior, customer perceived value and customer satisfaction. Provide students with better understanding of customer experience, service recovery and customer relationship and loyalty.	C3	ABCEF
3	3. 使學生學習服務行銷的目標市場行銷定位並教導學生如何去管理及運用行銷策略7Ps	3. Learn STP process in services marketing and Teaching students how to manage and apply the 7Ps to service strategy.	C4	ABCDEG
4	4. 教導學生如何去管理及運用行銷策略7Ps	4. Teaching students how to manage and apply the 7Ps to service strategy.	C6	ABCDEGH

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	1. 使學生了解服務業的重要性與發展, 並讓學生了解服務的意義、特性與類型	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期中考

2	2. 加強學生對消費者行為、顧客知覺價值以及顧客滿意度的了解以及讓學生了解顧客體驗、服務補救和顧客關係及忠誠度	課堂講授、分組討論、心理測驗	出席率、討論、期中考
3	3. 使學生學習服務行銷的目標市場行銷定位並教導學生如何去管理及運用行銷策略7Ps	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期末考
4	4. 教導學生如何去管理及運用行銷策略7Ps	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期末考

本課程之設計與教學已融入下列本校基本素養與核心能力

淡江大學基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◇ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◆ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◇ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◆ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◆ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◆ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◇ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/09/05~ 100/09/11	課程介紹與評分說明	
2	100/09/12~ 100/09/18	服務業的崛起與重要性	繳交分組名單
3	100/09/19~ 100/09/25	服務的內涵	
4	100/09/26~ 100/10/02	服務業消費者購買過程與行為	
5	100/10/03~ 100/10/09	顧客知覺價值、服務品質與顧客滿意度	
6	100/10/10~ 100/10/16	顧客關係與顧客忠誠度	
7	100/10/17~ 100/10/23	顧客體驗與體驗行銷	
8	100/10/24~ 100/10/30	服務的STP與創新	

9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	服務實體環境	繳交學期報告大綱
11	100/11/14~ 100/11/20	服務人員	
12	100/11/21~ 100/11/27	服務流程與供需管理	
13	100/11/28~ 100/12/04	服務業的定價	
14	100/12/05~ 100/12/11	服務業的溝通	
15	100/12/12~ 100/12/18	服務業的通路	
16	100/12/19~ 100/12/25	服務業的科技運用	繳交學期書面報告
17	100/12/26~ 101/01/01	總複習, 口頭報告與討論	
18	101/01/02~ 101/01/08	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>1.本課程適合已修過管理學、行銷管理、消費者行為等企管課程的同學選修之。 2.學期報告原則上以5-7人為一組,為鼓勵每一位同學的參與,請於報告後附上每位同學的學習心得及各參與者貢獻度互評表,以作為成績計算之參考。 3.學期書面報告繳交日期為12/22。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	曾光華, 服務業行銷與管理: 品質提昇與價值創造, 三版, 前程文化事業, 2011年7月。		
參考書籍	<p>1. Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz (2011), , Services Marketing: People, Technology, Strategy, 7th. ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. 2. Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D. Gremler (2009), Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 5th. ed., Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin. 3.服務業行銷/Christopher Lovelock,Jochen Wirtz,Patricia Chew 原著;陳怡之審訂, 郭思好、吳亞穎譯, 一版, 東華書局 4.服務業行銷相關刊物</p>		
批改作業 篇數	2 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	<p>◆平時考成績: % ◆期中考成績: 30.0 % ◆期末考成績: 30.0 % ◆作業成績: 10.0 % ◆其他〈出席、討論、學期報告〉: 30.0 %</p>		
備 考	<p>「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。</p>		