

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	服務業行銷與管理	授課 教師	孫嘉祈 SUN, CHIA-CHI
	SERVICE MARKETING & MANAGEMENT		
開課系級	國企系四 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLFXB4A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。</p> <p>二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。</p> <p>三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程探討服務行銷的新趨勢、新方法為指引，透過顧客行為、競爭等分析以提升服務品質、創造顧客價值為核心理念，選取具實務價值的議題，在服務業的現象、消費者特性、行銷策略發展等方面，為學生建立適量、紮實的理論基礎，創造服務的價值與高獲利，課程中理論與實務兼俱，並透過個案研究，瞭解服務行銷與品牌經營的實務作法。</p>		
	<p>Services marketing is a form of marketing which focuses on selling services. Services can be tricky to sell and the marketing approach for them is much different than the approach for products. Some companies offer both products and services and must use a mixture of styles; for example, a store which sells computers also tends to offer services such as helping people select computers and providing computer repair. Such a store must market both its products and the supporting services it offers to appeal to customers.</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其「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	探討服務行銷之特性及其行銷策略, 協助學生: 1.瞭解顧客特性 2.管理與顧客之介面關係 3.發展分析、規劃、與執行服務行銷之管理能力 4.了解服務行銷之組織與管理之運作	1.Understanding Customer through Marketing Research 2.The Role of Employee, Customers, and Channels Service Delivery 3.Building Customer Relationships 4.Understanding the organizational process and management of service marketing	C3	ABCD

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	探討服務行銷之特性及其行銷策略, 協助學生: 1.瞭解顧客特性 2.管理與顧客之介面關係 3.發展分析、規劃、與執行服務行銷之管理能力 4.了解服務行銷之組織與管理之運作	講述	紙筆測驗、報告

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◇ 全球視野	
◇ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◇ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◇ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	Intoduction to this course	
2	101/09/17~ 101/09/23	Introduction to Services	
3	101/09/24~ 101/09/30	The Gaps Model of Service Quality	Case Study 1
4	101/10/01~ 101/10/07	Customer Behavior in Services	Case Study 2
5	101/10/08~ 101/10/14	Customer Expectations of Service	Case Study 3
6	101/10/15~ 101/10/21	Customer Perceptions of Service	Case Study 4
7	101/10/22~ 101/10/28	Listening to Customers through Research	Case Study 5
8	101/10/29~ 101/11/04	Build Customer Relationships	Case Study 6
9	101/11/05~ 101/11/11	Service Recovery	Case Study 7
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	Service Innovation and Design	Case Study 8
12	101/11/26~ 101/12/02	Customer-Defined Service Standards	Case Study 9

13	101/12/03~ 101/12/09	Employees' Roles in Service Delivery	Case Study 10
14	101/12/10~ 101/12/16	Customers' Roles in Service Delivery	Case Study 11
15	101/12/17~ 101/12/23	Group Presentation	
16	101/12/24~ 101/12/30	Group Presentation	
17	101/12/31~ 102/01/06	Group Presentation	
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦	
教材課本		Zeithaml/ Services Marketing 4/e, 2008	
參考書籍		Lovelock, Services Marketing 6e 2007, Prentice Hall	
批改作業 篇數		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		◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈Group Presentation〉：30.0 %	
備 考		「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。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。	