

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	服務業經營專題	授課 教師	王居卿 WANG, CHU-CHING
	STUDY TO SERVICES MANAGEMENT		
開課系級	企管一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXMIA		
系 (所) 教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</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>本課程將以PZB的服務缺口模型及7P架構作為整體的邏輯思考與學習架構去進行，其內容除包含了傳統的行銷理論外，更涵蓋在目前服務經濟時代下的新進行銷觀念。除了相關理論的講授外，為強化碩士生的獨立閱讀與研究能力，本課程亦將增加國外期刊的閱讀、評析與討論。</p>		
	<p>Both the PZB model and 7P framework will be used as the main framework to think logically and learn rationally in this course. Besides the traditional marketig theories, this course will introduce some advanced service marketing concepts. To enhance the independent reading and research abilities, besides the lecture of related theories, this course will also increase the articles reading, commenting, and discussion.</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	瞭解服務業經營的特性與相關理論；	Understand the characteristics and related theories of services management;	C2	ABCFGH
2	瞭解與應用服務行銷的技能；	Understand and use the skills of services marketing;	C3	ABCDEFGH
3	瞭解服務行銷的實務應用；	Understand the practical application of services marketing;	C3	ABCDEFGH
4	培養國際期刊的閱讀與評析能力。	Cultivate the abilities of reading and commenting of international articles.	C5	ABCDEFGH

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	瞭解服務業經營的特性與相關理論；	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
2	瞭解與應用服務行銷的技能；	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	瞭解服務行銷的實務應用；	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
4	培養國際期刊的閱讀與評析能力。	講述、討論、賞析、問題解決	報告、上課表現

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	Course Introduction	
2	101/09/17~ 101/09/23	Introduction to Services (Chapter 1) & The Gaps Model of Service Quality (Chapter 2)	
3	101/09/24~ 101/09/30	Consumer Behavior in Services (Chapter 3)	
4	101/10/01~ 101/10/07	Customer Expectations of Services (Chapter 4)	
5	101/10/08~ 101/10/14	Customer Perceptions of Services (Chapter 5)	
6	101/10/15~ 101/10/21	Listening to Customers through Research (Chapter 6)	
7	101/10/22~ 101/10/28	Building Customer Relationships (Chapter 7)	
8	101/10/29~ 101/11/04	Paper A & Paper B	
9	101/11/05~ 101/11/11	Service Recovery (Chapter 8)	
10	101/11/12~ 101/11/18	Mid-term Examination	
11	101/11/19~ 101/11/25	Service Innovation and Design (Chapter 9)	
12	101/11/26~ 101/12/02	Physical Evidence and the Servicescape (Chapter 11)	

13	101/12/03~ 101/12/09	Paper C & Paper D	
14	101/12/10~ 101/12/16	Employees' Roles in Service Delivery (Chapter 12)	
15	101/12/17~ 101/12/23	Customers' Roles in Service Delivery (Chapter 13)	
16	101/12/24~ 101/12/30	Integrated Services Marketing Communications (Chapter 16)	
17	101/12/31~ 102/01/06	Vacation Pricing of Services (Chapter 17)	
18	102/01/07~ 102/01/13	Final Examination	
修課應 注意事項	平時考(小考)為預習考；當次小考未考者，以零分計算。		
教學設備	電腦		
教材課本	Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 5th ed., by Zeithaml, Bitner and Gremler, McGraw-Hill.		
參考書籍	Realted Journals and text books.		
批改作業 篇數	4 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： 20.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈Quiz〉：40.0 %		
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。		