

淡江大學 101 學年度第 2 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	企管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLCXB4P		
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. 一般管理能力。</p> <p>B. 企管專業能力。</p> <p>C. 產業經營能力。</p> <p>D. 企業倫理與工作態度。</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	1. 瞭解服務業	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	AB
2	2. 掌握服務業消費者與行銷核心	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	BC
3	3. 規劃服務行銷策略	3. Learn STP process in services marketing and Teaching students how to manage and apply the 7Ps to service strategy.	C6	CD

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	1. 瞭解服務業	講述、討論、賞析	實作、上課表現
2	2. 掌握服務業消費者與行銷核心	講述、討論、賞析、心理測驗	紙筆測驗、實作、上課表現
3	3. 規劃服務行銷策略	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、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	102/02/18~ 102/02/24	課程介紹與評分說明	
2	102/02/25~ 102/03/03	和平紀念日	
3	102/03/04~ 102/03/10	服務業的重要性與內涵	繳交分組名單
4	102/03/11~ 102/03/17	顧客知覺價值、服務品質與顧客滿意度	
5	102/03/18~ 102/03/24	顧客關係與顧客忠誠度及體驗行銷	
6	102/03/25~ 102/03/31	服務的STP與創新	
7	102/04/01~ 102/04/07	教學行政觀摩日	
8	102/04/08~ 102/04/14	服務實體環境與服務人員	
9	102/04/15~ 102/04/21	服務流程與供需管理	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	服務業的定價	
12	102/05/06~ 102/05/12	服務業的溝通	

13	102/05/13~ 102/05/19	服務業的通路	繳交學期報告
14	102/05/20~ 102/05/26	口頭報告與討論	
15	102/05/27~ 102/06/02	畢業考試週	
16	102/06/03~ 102/06/09	---	
17	102/06/10~ 102/06/16	---	
18	102/06/17~ 102/06/23	---	
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.上課內容如對同學有幫助或有效益者,得適時增減,彈性調整之。 3.平時評量係以作業、課堂互動與課堂討論表現為計分標準。 4.其他分數以學期分組報告25%以及小考10%為計分標準。 5.學期書面報告繳交日期為5/16。 6.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。</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,郭思妤、吳亞穎譯,一版,東華書局 4.服務業行銷與管理,戴國良編著,一版,普林斯頓國際公司 5.服務業行銷與管理,林建煌著,一版,華泰文化,2012年 6.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>◆出席率: 10.0 % ◆平時評量: 15.0 % ◆期中評量: 40.0 % ◆期末評量: % ◆其他〈小考10%, 學期報告25%〉: 35.0 %</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。 ※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。</p>		