

淡江大學 102 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<br>教師 | 吳玲嬋<br>WU, LING-CHAN |
|   | SERVICES MARKETING   |          |                      |
| 開課系級  | 企管進學班三 P   | 開課<br>資料 | 選修 單學期 2學分           |
|   | TLCXE3P  |          |                      |
| 系 ( 所 ) 教育目標  |  |          |                      |
| <p>一、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>   |  |          |                      |
| 系 ( 所 ) 核心能力  |  |          |                      |
| <p>A. 能理解企業管理基本學理知識。</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。</p> <p>F. 能運用外語增進管理專業成長。</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       |
| 4  | 4. 強化服務業行銷管理     | 4. Teaching students how to manage and apply the 7Ps to service strategy.   | A6   | ABCDEF   |

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    |
| 4 | 4.強化服務業行銷管理 | 講述、討論、實作、問題解決 | 紙筆測驗、實作、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     | 培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。           |
| ◇ 資訊運用     | 熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。             |
| ◇ 洞悉未來     | 瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。          |
| ◇ 品德倫理     | 了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。 |
| ◇ 獨立思考     | 鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。             |
| ◇ 樂活健康     | 注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。                 |
| ◇ 團隊合作     | 體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。    |
| ◇ 美學涵養     | 培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。              |

授課進度表

| 週次 | 日期起訖                    | 內容 (Subject/Topics)  | 備註     |
|----|-------------------------|----------------------|--------|
| 1  | 102/09/16~<br>102/09/22 | 中秋節                  |        |
| 2  | 102/09/23~<br>102/09/29 | 課程介紹與評分說明。服務業的崛起與重要性 |        |
| 3  | 102/09/30~<br>102/10/06 | 服務的內涵                | 繳交分組名單 |
| 4  | 102/10/07~<br>102/10/13 | 國慶紀念日                |        |
| 5  | 102/10/14~<br>102/10/20 | 服務業消費者購買過程與行為        |        |
| 6  | 102/10/21~<br>102/10/27 | 顧客知覺價值、服務品質與顧客滿意度    |        |
| 7  | 102/10/28~<br>102/11/03 | 顧客關係與顧客忠誠度           |        |
| 8  | 102/11/04~<br>102/11/10 | 顧客體驗與體驗行銷            |        |
| 9  | 102/11/11~<br>102/11/17 | 服務的STP與創新            |        |
| 10 | 102/11/18~<br>102/11/24 | 期中考試週                |        |

|              |  |              |        |
|--------------|--|--------------|--------|
| 11           | 102/11/25~<br>102/12/01  | 服務實體環境       |        |
| 12           | 102/12/02~<br>102/12/08  | 服務人員         |        |
| 13           | 102/12/09~<br>102/12/15  | 服務流程與供需管理    |        |
| 14           | 102/12/16~<br>102/12/22  | 服務業的定價       |        |
| 15           | 102/12/23~<br>102/12/29  | 服務業的溝通       |        |
| 16           | 102/12/30~<br>103/01/05  | 服務業的通路       | 繳交學期報告 |
| 17           | 103/01/06~<br>103/01/12  | 總複習, 口頭報告與討論 |        |
| 18           | 103/01/13~<br>103/01/19  | 期末考試週        |        |
| 修課應<br>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。<br/> 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。<br/> 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。<br/> 4.其他分數以學期分組報告20%為計分標準。<br/> 5.學期書面報告繳交日期為1/2。<br/> 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, 四版, 前程文化事業, 2013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.<br/> 2. Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D. Gremler (2012), Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, 6th. ed., Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin.<br/> 3. 服務行銷與管理, 林建煌著, 一版, 華泰文化, 2012年<br/> 4. 服務行銷與管理,蕭仁傑、陳昕彤編著, 初版, 普林斯頓國際公司, 2013年<br/> 5. 服務業行銷相關刊物</p> |              |        |
| 批改作業<br>篇數   | 1 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<br>計算方式 | <p>◆出席率: 10.0 %   ◆平時評量: 10.0 %   ◆期中評量: 30.0 %<br/> ◆期末評量: 30.0 %<br/> ◆其他〈學期報告〉: 20.0 %</p>  |              |        |
| 備考           | <p>「教學計畫表管理系統」網址: <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁〈網址: <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a>〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」進入。<br/> <b>※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。</b></p>  |              |        |