

淡江大學 104 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	服務行銷概論	授課 教師	黃昱凱 YU-KAI HUANG
	INTRODUCTION OF SERVICE MARKETING		
開課系級	資圖一 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TABXB1P		
系（所）教育目標			
培養圖書館及相關產業資訊服務之實務工作人才。			
系（所）核心能力			
<p>A. 認識圖書資訊學原理並掌握其發展趨勢之能力。</p> <p>B. 具備各類型資訊資源之發展、組織、典藏及整合之專業能力。</p> <p>C. 認識資訊科技及系統原理與其應用之能力。</p> <p>D. 具備資訊服務所需之溝通與協調能力。</p> <p>E. 具備各類型圖書館及資訊服務機構之管理能力。</p> <p>F. 具備電子文件及檔案管理之專業能力。</p> <p>G. 具備圖書館事業與傳統出版之整合能力。</p> <p>H. 具備圖書館事業與數位內容產業之整合能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程的教學目標是讓學生認識服務行銷，除了讓學生熟悉服務業行銷四P外，並經由瞭解顧客管理介面來制訂服務行銷策略。</p>		
	<p>The goal of this course is explore and discuss the basic concept of service products, consumers and markets, and applying the 4Ps to build services managing the customer interface, and finally implementing profitable service strategies.</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 認識服務行銷 2 熟悉服務業行銷四P 3 瞭解顧客管理介面 4 制訂服務策略	Understanding Service Products, Consumers and Markets Applying the 4Ps to Services Managing the Customer Interface Implementing Profitable Service	C3	ADEH

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 認識服務行銷 2 熟悉服務業行銷四P 3 瞭解顧客管理介面 4 制訂服務策略	講述、討論	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	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	104/09/14~ 104/09/20	課程說明、個案：紀伊國屋書店	
2	104/09/21~ 104/09/27	分析行銷環境、個案：TED專輯	
3	104/09/28~ 104/10/04	服務產品、顧客與市場、個案：話畫清明上河圖	
4	104/10/05~ 104/10/11	產品、個案：超極品牌的故事	
5	104/10/12~ 104/10/18	價格、個案：誠品書店	
6	104/10/19~ 104/10/25	促銷、個案：秋葉原物語	
7	104/10/26~ 104/11/01	通路、個案：便利商店的聖誕夜	
8	104/11/02~ 104/11/08	消費者行為、個案：食在中國	
9	104/11/09~ 104/11/15	服務品質與缺口、個案：馬雲演講	
10	104/11/16~ 104/11/22	期中考試週	
11	104/11/23~ 104/11/29	考卷解答、個案：製作一本書	
12	104/11/30~ 104/12/06	服務藍圖、個案：日本長青企業	

13	104/12/07~ 104/12/13	服務疏失與補救、個案：華航611空難	
14	104/12/14~ 104/12/20	客戶關係管理、個案：人氣商品的配送	
15	104/12/21~ 104/12/27	市場調查、個案：老年人健康與保健	
16	104/12/28~ 105/01/03	數位出版個案分析、個案：太空衣	
17	105/01/04~ 105/01/10	期末報告、個案：台灣人物誌-張明正	
18	105/01/11~ 105/01/17	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		服務業行銷 (Lovelock/ Services Marketing: People, Technology, Strategy 7/e)、ISBN-13：9789576098826、出版商：華泰文化	
參考書籍			
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： % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆其他〈課堂表現〉：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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。	