

淡江大學 105 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 教師	林隆儀 LIN, LONG-YI
	SERVICES MARKETING		
開課系級	企管進學班三 P	開課 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>本課程的設計兼顧理論與實務，目的在幫助學生從宏觀的角度學習服務管理原理與服務行銷新知，進而驗證這些新知在實務工作上的應用。主要目標如下：</p> <p>1.瞭解服務管理發展新趨勢，學習服務行銷的新課題。</p> <p>2.活用服務管理方法與技術，評估及驗證服務行銷新知在實務上的應用。</p>		
	<p>The design of this course is focus on both theory and practice. The purpose of this course is to help students learning the principle of service management and new knowledge of service marketing, and knowing their practical application. The main objectives of this course are as following:</p> <p>1. Learning the development of the new knowledge and new trend of service management and service marketing.</p> <p>2. Usage the methods and skills of service management and evaluate their practical application in service marketing.</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.瞭解服務管理發展新趨勢, 學習服務行銷的新課題。 2.活用服務管理方法與技術, 評估及驗證服務行銷新知在實務上的應用。	1. Learning the development of the new knowledge and new trend of service management and service marketing. 2. Usage the methods and skills of service management and evaluate their practical application in service marketing.	C4	AC

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.瞭解服務管理發展新趨勢, 學習服務行銷的新課題。 2.活用服務管理方法與技術, 評估及驗證服務行銷新知在實務上的應用。	講述、討論、回答問題	紙筆測驗、上課表現、分組報告

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	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	105/09/12~ 105/09/18	課程介紹, 服務業與服務行銷	
2	105/09/19~ 105/09/25	服務業行銷緒論	
3	105/09/26~ 105/10/02	服務的消費過程	
4	105/10/03~ 105/10/09	產品策略：服務的設計與發展	
5	105/10/10~ 105/10/16	國慶日放假一天	
6	105/10/17~ 105/10/23	通路策略：實體與電子通路	
7	105/10/24~ 105/10/30	定價策略：決定顧客取得服務的代價	
8	105/10/31~ 105/11/06	推廣策略：溝通服務商品的利益	
9	105/11/07~ 105/11/13	服務程序的設計與管理	
10	105/11/14~ 105/11/20	期中考試週	
11	105/11/21~ 105/11/27	服務場景的設計	
12	105/11/28~ 105/12/04	服務人員的管理	

13	105/12/05~ 105/12/11	顧客管理	
14	105/12/12~ 105/12/18	顧客抱怨與服務彌補	
15	105/12/19~ 105/12/25	服務產能與需求的調節	
16	105/12/26~ 106/01/01	服務品質與生產力	
17	106/01/02~ 106/01/08	元旦補假一天	
18	106/01/09~ 106/01/15	期末考試週	
修課應 注意事項	1.講授為主，補充資料與實例解說及討論為輔。 2.同學務必先行預習，課堂上回答問題，並熱烈參與討論。 3.不缺課、不遲到、不早退，請假請按學校規定辦理。 4.上課時間請將手機收起來，並關閉手機及電腦，不交頭接耳，專心學習。 5.分組報告：4人一組為原則，105年10月17日以前完成分組及個案登記。分組後針對本課程所使用主要教材各章章末「服務按個讚」個案的討論問題寫一篇書面報告（一組寫一章），文長以A4紙張10頁（5,000字）為原則，於105年12月26日上課時繳交。報告上請註明組員姓名、分工及貢獻。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	服務行銷與管理，林建煌著，第二版，2015，華泰文化事業股份有限公司。		
參考書籍	1.服務業行銷與管理，曾光華著，第四版，2013，前程文化事業有限公司。 2.服務業行銷，Christopher Lovelock and Jochen Wirtz 著，第七版，周逸衡、凌儀玲譯，2012，華泰文化事業出版公司。 3.服務管理，James A.Fitzsimmons and Mona J. Fitzsimmons著，周瑛琪審定，2011，普林斯頓國際有限公司。		
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：        %    ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈分組報告〉：20.0 %		
備考	「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。 <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>		