

淡江大學 106 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	服務業經營管理專題	授課 教師	吳坤山 WU, KUN-SHAN
	STUDY TO SERVICE MANAGEMENT		
開課系級	企管一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXJ1A		
系（所）教育目標			
提供在職人員精進管理專業課程，以落實實務與理論融合應用之能力。			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解與善用企業管理學理。</p> <p>B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成研究專案。</p> <p>D. 能整合資訊應用與服務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>幫助碩士在職專生建立對服務產業與服務系統之整體概念與瞭解，並強化閱讀相關論文之思辨能力，同時亦透過個案研討、企業參訪及講座研習達到學用合一之目的。</p>		
	<p>This subject “Study to Service Management” is the study and application of knowledge about how to manage in service industry and service system. We hope increase the ability of EMBA students for reading papers and analyzing concepts. It does this by taking a systematic approach with case study, business visiting and agenda speech in order to make the integration of learning and application.</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	增進對服務業與服務管理之瞭解與應用	This subject "Study to Service Management" is the study and application of knowledge about how to manage in service industry and service system.	C3	AB

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	增進對服務業與服務管理之瞭解與應用	講述、討論、參訪	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	106/09/18~ 106/09/24	課程簡介	
2	106/09/25~ 106/10/01	服務業的崛起與重要性	
3	106/10/02~ 106/10/08	服務的內涵	
4	106/10/09~ 106/10/15	國慶日彈性放假	
5	106/10/16~ 106/10/22	服務業消費者購買過程與行為【繳交分組名單包含各人電話、e-mail, 討論期末個案報告題目】	
6	106/10/23~ 106/10/29	專題講座或企業參訪	
7	106/10/30~ 106/11/05	顧客知覺價值、服務品質與顧客滿意度	
8	106/11/06~ 106/11/12	顧客關係與顧客忠誠度	
9	106/11/13~ 106/11/19	顧客體驗與體驗行銷[繳交小組期末個案報告分組題目]	
10	106/11/20~ 106/11/26	期中考試週 (暫訂企業參訪)	
11	106/11/27~ 106/12/03	服務的STP與創新	
12	106/12/04~ 106/12/10	服務實體環境;服務人員	

13	106/12/11~ 106/12/17	服務流程與供需管理	
14	106/12/18~ 106/12/24	服務品質	
15	106/12/25~ 106/12/31	專題講座或企業參訪	
16	107/01/01~ 107/01/07	元旦	
17	107/01/08~ 107/01/14	分組報告：各服務產業中業概況簡介	
18	107/01/15~ 107/01/21	期末繳交分組報告與企業參訪	
修課應 注意事項	1.如有加課、舉行演講或企業參訪，請務必參加。 2.首重出席，其次課堂參與，最後是理論與實務之整合應用。 3.課程重視小組討論與不同業態間之交流。 4.機動安排專題講座與企業參訪，確定時間以和講員、廠商洽定者為準。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	1. 曾光華，服務業行銷與管理：品質提升與價值創造，五版，前程文化事業，2016年7月		
參考書籍	Fitzsimmons(2013),Service Management, 8th.ed., 台北：華泰書局。 講義、論文(自行download) Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz (2010), Services Marketing: People, Technology, Strategy, 7th. ed., Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. 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.		
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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量：80.0 % ◆其他〈 〉： %		
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。		