

淡江大學 106 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	服務行銷管理	授課 教師	王居卿 WANG, CHU-CHING
	SERVICE MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管二碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXJ2A		
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>本課程將以PZB的服務缺口模型及7P架構作為整體的邏輯思考與學習架構去進行，其內容除包含了傳統的行銷理論外，更涵蓋在目前服務經濟時代下的新進行銷觀念。除了相關理論的講授外，為強化碩士在職專班(EMBA)學生對理論的有效應用，本課程亦將強調在相關實務案例上的解說、分析、評析與討論。</p>		
	<p>Both the PZB model and 7P framework will be used as the main framework to think logically and learn rationally in this course. Besides the traditional marketing theories, this course will introduce some advanced service marketing concepts. To reinforce the effective application of related theories, besides the lecture of related theories, this course will also emphasize the presentation, analysis, comment, and discussion for some practical cases.</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	瞭解服務業經營的特性與相關理論；	Understand the characteristics and related theories of services management;	C2	AEF
2	瞭解與應用服務行銷的技能；	Understand and use the skills of services marketing;	C3	ABDEF
3	瞭解服務行銷的實務應用；	Understand the practical application of services marketing;	C3	ABCDEF
4	對實務個案的分析與評析能力。	Cultivate the abilities of analyzing and commenting for practical cases.	C5	ABCD

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	瞭解服務業經營的特性與相關理論；	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	瞭解與應用服務行銷的技能；	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	瞭解服務行銷的實務應用；	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
4	對實務個案的分析與評析能力。	講述、討論、賞析、問題解決	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	課程介紹	
2	106/09/25~ 106/10/01	服務概論 (Chapter 1)	
3	106/10/02~ 106/10/08	服務品質的缺口模型(Chapter 2)	
4	106/10/09~ 106/10/15	顧客的服務期望(Chapter 4)	
5	106/10/16~ 106/10/22	顧客的服務認知(Chapter 5)	
6	106/10/23~ 106/10/29	透過研究傾聽顧客(Chapter 6)	
7	106/10/30~ 106/11/05	建立顧客關係(Chapter 7)	
8	106/11/06~ 106/11/12	服務補救(Chapter 8)	
9	106/11/13~ 106/11/19	服務發展與設計(Chapter 9)	
10	106/11/20~ 106/11/26	期中考週：顧客定義的服務標準(Chapter 10)	
11	106/11/27~ 106/12/03	實體表徵與服務設施(Chapter 11)	
12	106/12/04~ 106/12/10	員工在服務傳遞中的角色(Chapter 12)	

13	106/12/11~ 106/12/17	顧客在服務傳遞中的角色(Chapter 13)	
14	106/12/18~ 106/12/24	透過中間商與電子通路傳遞服務(Chapter 14)	
15	106/12/25~ 106/12/31	整合性服務行銷溝通(Chapter 16)	
16	107/01/01~ 107/01/07	服務訂價(Chapter 17)	
17	107/01/08~ 107/01/14	服務之財務性與經濟性效果(Chapter 18)	
18	107/01/15~ 107/01/21	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		服務行銷, 四版, 黃鵬飛譯; Zeithaml, Bitner and Gremler 著; 華泰文化經銷。	
參考書籍		相關期刊雜誌。	
批改作業 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 計算方式		◆出席率: 40.0 % ◆平時評量: 30.0 % ◆期中評量: % ◆期末評量: 30.0 % ◆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。	