

淡江大學 110 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	賴玲玲 LING-LING LAI
	INTRODUCTION OF SERVICE MARKETING		
開課系級	資圖三 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TABXB3P		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施		
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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
D. 具備資訊服務所需之溝通與協調能力。(比重：100.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
2. 資訊運用。(比重：50.00)			
5. 獨立思考。(比重：50.00)			
課程簡介	本課程旨在介紹服務行銷的主要概念，並使學生了解非營利與營利機構之行銷策略。		

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	本課程旨在介紹行銷與公關的主要概念, 並使學生了解非營利機構與營利機構中執行及操作行銷活動的方式	

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	情意	D	25	講述、討論、發表、實作、體驗	作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	110/09/22~ 110/09/28	課程簡介與概論	
2	110/09/29~ 110/10/05	顧客導向	
3	110/10/06~ 110/10/12	中秋節假期 (需補課)	
4	110/10/13~ 110/10/19	國慶假期	
5	110/10/20~ 110/10/26	消費者行為探討	
6	110/10/27~ 110/11/02	市場研究	
7	110/11/03~ 110/11/09	行銷組合：產品	
8	110/11/10~ 110/11/16	行銷組合：價格	
9	110/11/17~ 110/11/23	期中考試週	
10	110/11/24~ 110/11/30	演講邀請	
11	110/12/01~ 110/12/07	行銷組合：價格	
12	110/12/08~ 110/12/14	廣告與媒體	

13	110/12/15~ 110/12/21	市場區隔	
14	110/12/22~ 110/12/28	公共關係	
15	110/12/29~ 111/01/04	期末報告 (1)	
16	111/01/05~ 111/01/11	期末報告 (2)	
17	111/01/12~ 111/01/18	期末報告 (3)	
18	111/01/19~ 111/01/25	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦	
教科書與 教材		曾光華 (民105)。服務業行銷與管理：品質提升與價值創造。台北市：前程文化。	
參考文獻			
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：30.0 % ◆期中評量：40.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。	