

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	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXJ2A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產		
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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。(比重：50.00) D. 能整合資訊應用與服務解決企業管理相關問題。(比重：50.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：20.00) 4. 品德倫理。(比重：20.00) 5. 獨立思考。(比重：40.00)			
課程簡介	本課程將基於服務生產力及服務品質的服務業目標，以達成其目標的服務行銷組合7P為架構，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。		
	This course will explore the framework of service marketing-mix (7P), which is 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.		

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	瞭解服務業經營的特性與相關理論；	Understand the characteristics and related theories of services management;
2	瞭解與應用服務行銷的技能；	Understand and use the skills of services marketing;
3	瞭解服務行銷的實務應用；	Understand the practical application of services marketing;
4	對實務個案的分析與評析能力。	Cultivate the abilities of analyzing and commenting for practical cases.

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	認知	BD	13	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)
2	認知	BD	1345	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)
3	技能	D	1345	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)
4	情意	BD	1345	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	110/09/22~ 110/09/28	課程介紹	
2	110/09/29~ 110/10/05	在服務經濟中創造價值概(Chapter 1)	
3	110/10/06~ 110/10/12	瞭解服務業的顧客(Chapter 2)	
4	110/10/13~ 110/10/19	競爭市場中的服務定位(Chapter 3)	
5	110/10/20~ 110/10/26	開發服務產品和品牌(Chapter 4)	
6	110/10/27~ 110/11/02	透過實體與電子通路傳遞服務(Chapter 5)	
7	110/11/03~ 110/11/09	服務定價及營收管理. (Chapter 6)	
8	110/11/10~ 110/11/16	服務行銷溝通(Chapter 7)	

9	110/11/17~ 110/11/23	期中考週	
10	110/11/24~ 110/11/30	設計服務與流程(Chapter 8)	
11	110/12/01~ 110/12/07	平衡需求與產能(Chapter 9)	
12	110/12/08~ 110/12/14	精心設計服務環境(Chapter 10)	
13	110/12/15~ 110/12/21	服務優勢來自人員管理(Chapter 11)	
14	110/12/22~ 110/12/28	管理顧客關係與培養忠誠度(Chapter 12)	
15	110/12/29~ 111/01/04	元旦放假	
16	111/01/05~ 111/01/11	申訴處理與服務補救(Chapter 13)	
17	111/01/12~ 111/01/18	改善服務品質和生產力(Chapter 14)	
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、投影機		
教科書與 教材	服務業行銷, 8版, 曾鼎翔審校; Services Marketing--People, Technology, Strategy, Wirtz and Lovelock 著; 華泰文化經銷。		
參考文獻	相關期刊雜誌。		
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: 50.0 % ◆平時評量: 50.0 % ◆期中評量: % ◆期末評量: % ◆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。		