

淡江大學 1 1 1 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			
<ul style="list-style-type: none"> A. 認識圖書資訊學原理並掌握其發展趨勢之能力。(比重：5.00) B. 具備各類型資訊資源之發展、組織、典藏及整合之專業能力。(比重：5.00) C. 認識資訊科技及系統原理與其應用之能力。(比重：5.00) D. 具備資訊服務所需之溝通與協調能力。(比重：65.00) E. 具備各類型圖書館及資訊服務機構之管理能力。(比重：5.00) F. 具備電子文件及檔案管理之專業能力。(比重：5.00) G. 具備圖書館事業與傳統出版之整合能力。(比重：5.00) H. 具備圖書館事業與數位內容產業之整合能力。(比重：5.00) 			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<ul style="list-style-type: none"> 1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：30.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：30.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：15.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00) 			

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	ABCDEFGH	12345678	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	111/09/05~ 111/09/11	課程簡介與概論	
2	111/09/12~ 111/09/18	顧客導向	
3	111/09/19~ 111/09/25	消費者行為探討	
4	111/09/26~ 111/10/02	市場研究	
5	111/10/03~ 111/10/09	行銷組合：產品 (1)	
6	111/10/10~ 111/10/16	行銷組合：產品 (2)	

7	111/10/17~ 111/10/23	行銷組合：價格	
8	111/10/24~ 111/10/30	行銷組合：通路 (1)	
9	111/10/31~ 111/11/06	行銷組合：通路 (2)	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	行銷組合：推廣	
12	111/11/21~ 111/11/27	廣告與媒體	
13	111/11/28~ 111/12/04	市場區隔	
14	111/12/05~ 111/12/11	公共關係	
15	111/12/12~ 111/12/18	期末報告 (1)	
16	111/12/19~ 111/12/25	期末報告 (2)	
17	111/12/26~ 112/01/01	期末報告 (3)	
18	112/01/02~ 112/01/08	期末考試週(本學期期末考試日期為:112/1/3-112/1/9)	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦		
教科書與 教材	曾光華, 服務業行銷與管理：品質提升與價值創造, 六版, 前程文化事業, 2020年6月 Lovelock, C., & Jochen, W. (2010). Services marketing: People, technology, strategy (7th. ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. Zeithaml, V. A., Bitner, M., & Gremler, D. D. (2009). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (5th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin		
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： 15.0 % ◆平時評量：15.0 % ◆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。		