

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

| | | | |
|--|--|----------|------------------------|
| 課程名稱 | 服務業行銷 | 授課 教師 | 王居卿 Wang, Chu-ching |
| | SERVICES MARKETING | | |
| 開課系級 | 商共同－碩專 R | 開課 資料 | 必修 單學期 3學分 |
| | TGBXJ0R | | |
| 學系(門)教育目標 | | | |
| <p>以完整進階的財務金融課程，培養具獨立分析、判斷與解決問題的財務專業人才。</p> <p>一、訓練具商業分析及獨立判斷能力之卓越人才。</p> <p>二、培育具國際視野及團隊服務精神之社會棟樑。</p> <p>三、陶冶具積極進取及秉持商業倫理之企業新秀。</p> | | | |
| 學生基本能力 | | | |
| <p>A. 具備商學相關領域之專業知識。</p> <p>B. 具備分析與應用商業及經濟實務的基本能力。</p> <p>C. 具備跨領域之多元發展與終身學習的能力。</p> <p>D. 具備應用邏輯思考探討經濟議題的能力。</p> <p>E. 具備商業及經濟相關的法律素養及道德觀。</p> <p>F. 具備外語溝通及運用能力。</p> <p>G. 具有正確價值觀及國際觀。</p> <p>H. 具有團隊合作與社會服務之精神。</p> | | | |
| 課程簡介 | <p>本課程適合各行各業與各組織部門的EMBA學生修習，課程的內容除包含了傳統的行銷學理論外，更涵蓋在目前服務經濟時代下的新進行銷觀念。本課程將以PZB的服務缺口模型及7P架構作為整體的邏輯架構去進行。</p> | | |
| | <p>This course is suitable for all EMBA students in any industries and profesional departments of any organization to study. Besides the traditional marketing theory, this course will introduce some advanced marketing concepts. The process of this course will based on the PZB model and 7P framework.</p> | | |

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

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」、「學生基本能力」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該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如：「學生基本能力」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 | 學生基本能力 |
| 1 | 1.使學生充分了解服務業行銷之內涵； | 1. Understand the contents and nature of services marketing. | C2 | ABCEG |
| 2 | 2.使學生學習相關之理論與實務上之應用； | 2. Learn the practical applications of related theories. | C5 | ABCDEGH |
| 3 | 3. 透過互動討論，激發學習之動機與效果。 | 3. Stimulate the motive and effectiveness of learning. | C6 | ABCDEGH |

教學目標之教學策略與評量方法

| 序號 | 教學目標 | 教學策略 | 評量方法 |
|----|-----------------------|-----------|---------------|
| 1 | 1.使學生充分了解服務業行銷之內涵； | 課堂講授、分組討論 | 出席率、報告、討論、期中考 |
| 2 | 2.使學生學習相關之理論與實務上之應用； | 課堂講授、分組討論 | 出席率、報告、討論 |
| 3 | 3. 透過互動討論，激發學習之動機與效果。 | 課堂講授、分組討論 | 出席率、報告、討論 |

授課進度表

| 週次 | 日期 | 內容 (Subject/Topics) | 備註 |
|----|-------|------------------------|----|
| 1 | 09/13 | 課程介紹 | |
| 2 | 09/20 | 服務概論 (第一章) | |
| 3 | 09/27 | 服務品質缺口模型 (第二章) | |
| 4 | 10/04 | 服務業的消費者行為 (第三章) | |
| 5 | 10/11 | 遠距 ----- 顧客的服務期望 (第四章) | |

| | | | |
|--------------|---|-----------------------------|--|
| 6 | 10/18 | 顧客的服務認知 (第五章) | |
| 7 | 10/25 | 建立顧客關係 (第七章) | |
| 8 | 11/01 | 遠距 ----- 服務補救 (第八章) | |
| 9 | 11/08 | 期中總結與討論 | |
| 10 | 11/15 | 期中考 | |
| 11 | 11/22 | 遠距 ----- 服務發展與設計 (第九章) | |
| 12 | 11/29 | 實體表徵與服務設施 (第十一章) | |
| 13 | 12/06 | 遠距 ----- 員工在服務傳遞中的角色 (第十二章) | |
| 14 | 12/13 | 顧客在服務傳遞中的角色 (第十三章) | |
| 15 | 12/20 | 遠距 ----- 服務通路 (第十四章) | |
| 16 | 12/27 | 元旦放假 | |
| 17 | 01/03 | 服務行銷溝通 (第十六章) | |
| 18 | 01/10 | 期末考 | |
| 修課應 注意事項 | | | |
| 教學設備 | 電腦、投影機 | | |
| 教材課本 | 服務行銷；黃鵬飛譯 (Zeithaml & Bitner著) ；華泰文化發行 | | |
| 參考書籍 | 相關期刊與書籍 | | |
| 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 | ◆平時考成績：50.0 % ◆期中考成績：25.0 % ◆期末考成績：25.0 % ◆作業成績： % ◆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/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。 | | |