

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

| | | | |
|---|--|----------|------------------------|
| 課程名稱 | 服務業經營專題 | 授課 教師 | 王居卿 Wang, Chu-ching |
| | STUDY TO SERVICES MANAGEMENT | | |
| 開課系級 | 企管一碩士班 A | 開課 資料 | 選修 單學期 3學分 |
| | TMBXM1A | | |
| 學系(門)教育目標 | | | |
| <p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p> | | | |
| 學生基本能力 | | | |
| <p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p> | | | |
| 課程簡介 | <p>本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。除了相關理論的講授外，為強化碩士生的獨立閱讀與研究能力，本課程亦將增加期刊的閱讀與討論。</p> | | |
| | <p>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. To enhance the independent reading and research abilities, besides the lecture of related theories, this course will also increase the articles reading and discussion.</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)了解服務業經營的特性及相關理論； | 1. Understand the characteristics and related theories of services management. | C2 | ABCG |
| 2 | (2)了解服務行銷之技能； | 2. Understand the skills of services marketing. | C4 | ABCEFGH |
| 3 | (3)了解服務行銷之實務應用 | Understand the practical application of services marketing. | C6 | ABCDEFGH |

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)了解服務業經營的特性及相關理論； | 課堂講授 | 出席率、討論、小考 |
| 2 | (2)了解服務行銷之技能； | 課堂講授、分組討論 | 出席率、報告、討論、小考 |
| 3 | (3)了解服務行銷之實務應用 | 課堂講授、分組討論 | 出席率、報告、討論、小考 |

授課進度表

| 週次 | 日期 | 內容 (Subject/Topics) | 備註 |
|----|-------|--|----|
| 1 | 09/13 | Course Introduction & Foundations for Services Marketing (Chapter 1) | |
| 2 | 09/20 | Festival () | |
| 3 | 09/27 | The Gap Model of Service Quality (Chapter 2) & Consumer Behavior in Services (Chapter 3) | |
| 4 | 10/04 | Consumer Expectations of Services (Chapter 4) | |

| | | | |
|--------------|--|--|--|
| 5 | 10/11 | Consumer Perceptions of Services (Chapter 5) | |
| 6 | 10/18 | Listening to Customers Through Research (Chapter 6) | |
| 7 | 10/25 | Building Customer Relationships (Chapter 7) | |
| 8 | 11/01 | Service Recovery (Chapter 8) | |
| 9 | 11/08 | Paper A & Paper B | |
| 10 | 11/15 | Mid-term Exam. | |
| 11 | 11/22 | Service Development and Design (Chapter 9) | |
| 12 | 11/29 | Physical Evidence and the Servicescape (Chapter 11) | |
| 13 | 12/06 | Employees' Roles in Service Delivery (Chapter 12) | |
| 14 | 12/13 | Customers' Roles in Service Delivery (Chapter 13) | |
| 15 | 12/20 | Delivering Service Through Intermediaries and Electronic Channels (Chapter 14) | |
| 16 | 12/27 | Integrated Services Marketing Communications (Chapter 16) | |
| 17 | 01/03 | Pricing of Services (Chapter 17) | |
| 18 | 01/10 | Final Exam. (Paper C & Paper D) | |
| 修課應 注意事項 | 當次小考未考者，以零分計算。 | | |
| 教學設備 | 電腦、投影機 | | |
| 教材課本 | Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (5 ed.); Zeithaml et al.; McGraw-Hill; 華泰文化經銷 | | |
| 參考書籍 | Related Journals | | |
| 批改作業 篇數 | 4 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： % ◆期末考成績： % ◆作業成績： 20.0 % ◆其他〈出席及口頭報告〉：30.0 % | | |
| | | | |

| | |
|----|---|
| 備考 | <p>「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。</p> <p>※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。</p> |
|----|---|