

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	服務業行銷	授課 教師	吳玲嬋 Wu, Ling-chan
	SERVICES MARKETING		
開課系級	企管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMBXB4P		
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>本課程的設計在於有系統地探討服務業行銷與管理的理論與應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的實務價值，藉以提升同學對服務業行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決服務業行銷與管理問題的能力。</p>		
	<p>The course is designed to discuss the theories and applications of services marketing and management systematically. Through the analysis of key concepts and real cases around the world, the course intends to stimulate students' interests towards services marketing and cultivate students' ability to analyze and solve services marketing problems.</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. 使學生了解服務業的重要性與發展，並讓學生了解服務的意義、特性與類型	1. Provide students with better understanding of the definition of the service markets and the importance of the development aspects of the service markets. Engage students in understanding the characteristic of service markets and classification of services.	C3	ABCE
2	2. 加強學生對消費者行為、顧客知覺價值、顧客滿意度的了解以及洞悉顧客體驗、缺失補救、強化顧客關係和及忠誠度	2. Enhance students' understanding in consumer behavior, customer perceived value and customer satisfaction. Provide students with better understanding of customer experience, service recovery and customer relationship and loyalty.	C4	ABCDEF
3	3. 使學生學習服務行銷的目標市場行銷定位並教導學生如何去管理及運用行銷策略7Ps	3. Learn STP process in services marketing and Teaching students how to manage and apply the 7Ps to service strategy.	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. 使學生了解服務業的重要性與發展，並讓學生了解服務的意義、特性與類型	課堂講授、分組討論、量表	出席率、討論、隨堂作業

2	2. 加強學生對消費者行為、顧客知覺價值、顧客滿意度的了解以及洞悉顧客體驗、缺失補救、強化顧客關係和及忠誠度	課堂講授、分組討論、課堂答詢	出席率、討論、期中考、課堂互動
3	3. 使學生學習服務行銷的目標市場行銷定位並教導學生如何去管理及運用行銷策略7Ps	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、小考、課堂參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~ 100/02/20	課程介紹與評分說明	
2	100/02/21~ 100/02/27	服務業的重要性與發展	分組名單繳交
3	100/02/28~ 100/03/06	服務的意義、特性與類型	
4	100/03/07~ 100/03/13	服務業消費者行為與顧客知覺價值、服務品質及顧客滿意度	
5	100/03/14~ 100/03/20	顧客關係、缺失補救與顧客忠誠度	
6	100/03/21~ 100/03/27	服務的目標市場行銷、定位與創新	
7	100/03/28~ 100/04/03	服務實體環境與服務人員	
8	100/04/04~ 100/04/10	教學行政觀摩日	
9	100/04/11~ 100/04/17	服務流程與供需管理	學期報告大綱繳交
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	服務業的定價	
12	100/05/02~ 100/05/08	服務業的溝通與推廣	
13	100/05/09~ 100/05/15	服務業的通路、總複習	學期書面報告繳交
14	100/05/16~ 100/05/22	個案研討與口頭報告	
15	100/05/23~ 100/05/29	畢業考試週	
16	100/05/30~ 100/06/05		
17	100/06/06~ 100/06/12		
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	

修課應  
注意事項

- 1.本課程適合已修過管理學、行銷管理、消費者行為等企管課程的同學選修之。
- 2.學期報告原則上以一人為一組,為鼓勵每一位同學的參與,請於報告後附上每位同學的學習心得及各參與者貢獻度互評表,以作為成績計算之參考。
- 3.學期書面報告繳交日期為5/12。

教學設備	電腦、投影機
教材課本	曾光華，服務業行銷與管理：品質提昇與價值創造，二版，前程文化事業，2009年7月。
參考書籍	1. Lovelock, Christopher and Jochen Wirtz (2007), Services Marketing: 2. Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D. Gremler (2009), 3.服務業行銷/Christopher Lovelock,Jochen Wirtz,Patricia Chew 原著；陳怡之審訂，郭思妤、吳亞穎譯，初版，台灣培生教育 4.服務業行銷相關刊物
批改作業篇數	2 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：20.0 %   ◆期中考成績：40.0 %   ◆期末考成績：    % ◆作業成績： 10.0 % ◆其他〈課堂互動及學期報告〉：30.0 %
備考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>