

100-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	服務業行銷	科目序號 / 代號	2759 / GMN7006
開課系所	管理學院碩士在職專班	學制 / 班級	碩士在職專班1年9班
任課教師	曾耀煌	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(日)567 / 99	授課語言別	中文

課程簡介

了解服務與服務業特性，掌握服務缺口模型的內涵，進而了解服務業管理理論

課程大綱

第一週課程介紹，評分標準，第二週服務品質的缺口模型，第三週服務業的消費者行為，第四週顧客的服務期望，第五週顧客的服務認知，第六週透過研究傾聽顧客，第七週建立顧客關係，第八週服務補救，第九週期中考試週，第十週服務發展與設計，第十一週顧客定義的服務標準，第十二週實體表徵與服務設施，第十三週員工在服務傳遞中的角色，第十四週顧客在服務傳遞中的角色，第十五週透過中間商與電子通路傳遞服務，第十六週管理需求與產能，第十七週服務行銷溝通與服務訂價，第十八週期末考

基本能力或先修課程

基礎管理概念

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  解決問題能力
-  溝通能力
-  倫理觀
-  專業能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

解決問題能力	15%	解決問題能力	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告 專題演講	期中考: 30% 作業: 15% 課堂討論: 10% 口頭報告: 15% 書面報告: 30%	加總: 100	15
溝通能力	15%	溝通能力	個案討論 學生上台報告 專題報告	課堂討論: 50% 口頭報告: 50%	加總: 100	15
倫理觀	5%	倫理觀	個案討論 學生上台報告 專題報告 專題演講	期中考: 30% 作業: 15% 課堂討論: 10% 口頭報告: 15% 書面報告: 30%	加總: 100	5
專業能力	65%	專業能力	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告 專題演講	期中考: 30% 作業: 15% 課堂討論: 10% 口頭報告: 15% 書面報告: 30%	加總: 100	65

成績稽核

期中考: 25.5%
書面報告: 25.5%
口頭報告: 20.25%
課堂討論: 16%
作業: 12.75%

教科書(尊重智慧財產權, 請用正版教科書, 勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
服務業行銷與管理	曾光華		前程出版社	2010

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權, 請用正版教科書, 勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
一人的經濟	大前研一	孫玉珍	天下文化	2011
「讚」起來, 開始拉攏顧客變粉絲	Dave Kerpen	洪慧芳	麥格羅.希爾	2011

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程介紹，評分標準	80	0	0	0	20
2	服務品質的缺口模型	80	0	0	0	20
3	服務業的消費者行為	80	0	0	0	20
4	顧客的服務期望	80	0	0	0	20
5	顧客的服務認知與業師經營心得分享	60	20	0	0	20
6	過研究傾聽顧客	80	0	0	0	20
7	建立顧客關係	80	0	0	0	20
8	服務補救與業師經營心得分享	60	20	0	0	20
9	期中考試	0	0	0	0	100
10	服務發展與設計	80	0	0	0	20
11	顧客定義的服務標準	80	0	0	0	20
12	實體表徵、服務設施與業師經營心得分享	60	20	0	0	20
13	員工在服務傳遞中的角色	80	0	0	0	20
14	顧客在服務傳遞中的角色	80	0	0	0	20
15	透過中間商、電子通路傳遞服務與業師經營心得分享	60	20	0	0	20
16	管理需求與產能	80	0	0	0	20
17	服務行銷溝通與服務訂價	80	0	0	0	20
18	期末報告	0	50	50	0	0