

# 102-1 大葉大學 完整版課綱

## 基本資訊

課程名稱	國際化服務業管理	科目序號 / 代號	2721 / IBR5096
開課系所	國際企業管理學系碩士班	學制 / 班級	研究所碩士班2年1班
任課教師	魏志雄	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(三)234 / J116	授課語言別	英文

## 課程簡介

了解如何從事服務業行銷

## 課程大綱

服務業  
服務業行銷  
價值鏈  
整合行銷  
永續競爭優勢

## 基本能力或先修課程

行銷

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  探索研究
-  管理專業
-  國際視野
-  社會倫理
-  溝通合作
-  創新思考

## 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 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

探索研究	10%	具備發現問題、剖析問題之觀察度與敏銳度，具備運用資訊，尋找解決問題方法的能力。	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	10
管理專業	20%	了解組織體制與管理運作概念，同時具備推理、解釋與運用資訊、解決問題、制訂決策，以及學習如何學習的能力。	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	20
國際視野	20%	能夠檢視不同國家、文化間的差異、且能夠體會不同國家、文化對個人行為、態度和溝通的影響	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	20
社會倫理	10%	瞭解專業倫理及社會責任，培養自我省思及人文關懷的能力	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	10
溝通合作	20%	能向他人學習、教導他人或對現狀進行檢討反思，且能使用口語、書面或其他形式適切地表達，同時且具備參與、溝通協調、合作之精神，能在多元文化環境中執行所交付的任務。	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	20
創新思考	20%	能以創新的思維來發現問題及分析、解決問題的能力。	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20%	加總: 100	20

## 成績稽核

期末考: 20%

口頭報告: 20%

分組報告: 20%

課堂討論: 20%  
課程參與度: 20%

**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
Service Marketing	Lovelock and Wirtz		Pearson Education, Inc.	2007

**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
Service Marketing	Zeithaml, Bitner, and Gremler		McGraw Hill	2009

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	New perspectives on marketing in the service economy & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	60	0	0	0	40
2	Customer behavior in service encounter	60	0	0	0	40
3	Developing service concepts: core and supplementary elements	60	0	0	0	40
4	Distributing service through physical and electronic channels	60	0	0	0	40
5	Exploring business models: pricing and revenue management	60	0	0	0	40
6	Educating customers and promoting the value proposition	60	0	0	0	40
7	Positioning services in competitive markets	60	0	0	0	40
8	Designing and managing service process	60	0	0	0	40
9	Balancing demand and productive capacity	60	0	0	0	40
10	Crafting the service environment	60	0	0	0	40
11	Managing people for service advantage	60	0	0	0	40
12	Managing relationships and building loyalty	60	0	0	0	40
13	Achieving service recovery and obtaining customer feedback	60	0	0	0	40
14	Improving service quality and productivity	60	0	0	0	40
15	Organizing for change management and service leadership	60	0	0	0	40
16	case report	20	0	0	0	80
17	case report	20	0	0	0	80
18	Final Exam.	0	0	0	0	100