

97-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	服務業管理	科目序號 / 代號	2550 / MTB1024
開課系所	行銷與流通管理學系	學制 / 班級	進修學士班2年1班
任課教師	江珮瑜	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(三)BCD / B403	授課語言別	法文

課程簡介

本課程將加強服務業管理在時代潮流不斷創新行銷與管理觀念之探究和策略運用，以因應變化迅速的經營環境，培養學生對服務業管理應有之專業能力(P)、對事務的探索問題能力、溝通與表達力(C)、解決問題力(S)、以培養現代經理人應具備洞悉力的專業分析與解決問題能力的人格特質，以求達成本校管院希望同學都應具備的社會智商力，符合現代經理人的要求。

課程內容將以服務業管理相關之經營與行銷策略創意，商店經營管理之創新為主要引導方向，並且探討國內、外成功與失敗零售個案，以啟發同學思考，分析與組織之能力，希望藉由個案探討讓同學將理論與實務相結合。。除了課本外，將會有另外補充講義輔助教學，請同學課前預習，課後複習，讓服務業觀念生活化，生活行銷化。

另外本課程在教學中也會特別強調學生應有的社會關懷與對企業倫理道德的重視(E)，在課堂上要求同學正視良好人格特質的建立與培養，期望未來成為國家社會有用的棟樑。

本課程結合有三大面向：

A.管理學院之教育目標

- 1.提共多元管理知識平台，深根管理知識探究之素養。
- 2.強化學生國際觀與管理知識之競爭力。

B.符合管理學院之核心能力四大構面

- 1.S(Problem solving)-解決問題能力(洞悉力、決策力、執行力)
- 2.C(Communication)-溝通能力(傾聽能力、表達能力)
- 3.E(Ethic)-倫理觀(社會倫理、企業倫理、學術倫理)
- 4.P(Professional)-專業能力(管理能力-強調商管知識與技能、學術能力-強調商管學術專業)

C.發展企管系專長特色

- 1管理專業能力
- 2.溝通能力
- 3團隊合作
- 4道德關懷
- 5創造力

課程大綱

本課程主要在強調「整合創新能力」、「診斷零售業改善能力」、「策略規劃能力」三項專業能力，並依據院、系核心能力(S¬-團隊合作與創造力、C-溝通能力、E-道德關懷、P-專業能力)，計劃於每一週培養之核心能力分述如下：

1課程簡介(SCEP)、2服務業特性與本質(SP)、3 如何善用Internet(SEP)、4 服務策略與競爭優勢(SP)、5 服務供需與平衡與等候理論(SCP)、6 個案研討(SP)、7 章節複習(SCP) 、8 期中考(Mid-term) 、9 顧客需求與行為(SCP)、10 服務品質管理(SCEP)、11 顧客關係管理(SCEP)、12 顧客抱怨與服務補救(SCEP)、13 個案研討(SP)、14 服務環境與顧客體驗(SEP)、15 服務創新策略(SCP)、16 章節複習與個案研討(SCEP)、17 期末簡報(SCEP)、18 期末簡報(SCEP)

基本能力或先修課程

管理學、行銷管理

課程與系所基本素養及核心能力之關連

管理專業能力

溝通能力

團隊合作能力

創造力

道德關懷

成績稽核

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
無參考教科書				

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
無參考教材及專業期刊導讀				

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	課程介紹及架構說明	100				
2	服務業之特質與分類	100				
3	服務業之環境發展	100				
4	服務程序與決策	100				
5	消費者行為	100				
6	服務業接觸管理	100				
7	從關係行銷到顧客忠誠度	100				
8	從服務品質到顧客滿意度	100				
9	投訴與服務補償	100				
10	期中考	100				

11	服務策略與定位	100
12	服務行銷	100
13	管理及設計服務傳遞系統	100
14	管理服務生產力	100
15	期末報告 & 企業倫理	100
16	期末報告	100
17	期末報告	100
18	期末考	100
