

## 99-2 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	0647 / BAM4057
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部4年1班
任課教師	鄭焜中	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	(二)234 / B303	授課語言別	中文

### 課程簡介

本課程將加強服務行銷觀念之探究和策略運用為主要目標，以因應變化迅速的行銷環境，培養學生在服務業行銷企劃能力，符合現代行銷人的基本要求。

課程將透過講授方式與學生互動的情境教學為主，經由學理的深入淺出更輔以個案實例探討分析，來培養學生的專業能力(P)與對問題解決的能力(S)，並藉由課程規劃的行銷期末報告來養成同學的團隊合作、溝通協調力(C)，更重要的是從小組報告中學習如何表達呈現報告能力與對學術倫理、道德關懷正視的重要性(E)。

希望同學將理論與實務的配合產生行銷策略之創意，或以模仿創新為主要引導方向，並且探討國內、外成功與失敗行銷個案，以啟發同學思考，分析之能力。

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，讓行銷生活化，生活行銷化。

簡言之，本課程結合有三大面向：

#### A. 管院宇企管系之教育目標

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. 並且希望達成

1. 多元化教學

2. 國際觀之培養

### 課程大綱

本課程主要在強調「整合創新能力」、「診斷服務業改善能力」、「策略規劃能力」三項專業能力，並依據院、系核心能力(S&not;-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服務業特性與類型(SCEP)、3顧客知覺價值、服務品質、滿意度(SCP)、4服務業消費者行為(SP)、5顧客關係與顧客忠誠度(SP)、6顧客體驗與體驗行銷(SCP)、7期中考、8服務組成定位與創新(SCEP)、9服務流程與供需管理(SP)、10服務業市場區隔(SCP)、12服務業通路、13個案討論、14訂價策略、15服務業促銷策略、16服務業溝通、17期末報告(SCEP)、18期末報告(SCEP)

## 基本能力或先修課程

企業管理(管理學)、行銷管理

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

## 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	服務業的定義、分類、與特性。服務業與製造業的差異	80	0	20	0	0
2	服務系統設計與作業管理	80	0	20	0	0
3	消除抱怨與提升滿意的技術	80	0	20	0	0
4	企業倫理專題；消費倫理與倫理消費	80	0	20	0	0
5	個案討論: Starbucks: Delivering Customer Service 5-504-089	80	0	20	0	0
6	期中考	0	0	0	0	100
7	服務的行銷系統	80	0	20	0	0
8	服務作業規劃	80	0	20	0	0
9	企業參訪國瑞汽車/桃園物流中心(暫定)	0	0	0	0	100
10	個案討論；西南航空	80	0	20	0	0
11	服務品質管理	80	0	20	0	0
12	期末考	0	0	0	0	100
13	個案討論	50	0	50	0	0
14	個案討論	50	0	50	0	0
15	STP	80	0	20	0	0
16	個案討論	50	0	50	0	0
17	個案討論	50	0	50	0	0
18	期末考	0	0	0	0	100