

101-2 Preliminary Syllabus, Da-Yeh Univ

Information			
Title	服務業行銷	Serial No. / ID	2485 / BAM4057
Dept.	企業管理學系	School System / Class	大學日間部2年2班
Lecturer	龐峻菱	Full or Part-time	專任
Required / Credit	Optinal / 3	Graduate Class	No
Time / Place	(一)789 / B403	Language	Chinese

Introduction

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

Outline

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¬-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)

Prerequisite

企業管理(管理學)、行銷管理