

表九之一

貳、課程教學計畫

<p>一、教學目標</p>	<p>中文</p> <p>本課程旨在從服務產業的觀點，介紹行銷管理領域之相關理論，並藉以探討其在產業之應用與發展。包括尋找顧客價值主張、提供滿意的服務品質、吸引新顧客留住舊顧客、提高市場佔有率及獲利等課題。本課程以投影片與個案範例作說明與討論，以設計能涵蓋服務業之行銷相關課題之基礎課程。本課程目的在使學生能學習到服務業行銷管理之相關理論，主要目標如下：</p> <p>(1)學生瞭解服務業行銷的本質以及行銷理論的基本架構。</p> <p>(2)瞭解服務行銷之基本概念、服務行銷流程與服務遞送系統管理所需的工具與方法。</p> <p>(3)探討服務業行銷的挑戰，以及如何正確地執行服務行銷的工作。</p> <p>英文</p> <p>For the differences existing between service and manufacturing sectors, the traditional manufacturing-based models are not always useful to service businesses. Thus, this class provides different frameworks to analyze marketing topics including consumer behavior, 7Ps, service delivery and the impact of new information technology. The main objectives of this course are to develop an understanding of service marketing problems and to acquire practical conceptual and empirical tools for analyzing these problems. The purpose of this course is</p> <p>1) To offer the student with the understanding about the theoretical framework of service marketing.</p> <p>2) To understand the function of service marketing, service process and delivery system.</p> <p>3) To understand how to implement service marketing correctly while facing the challenge of service problem.</p>																																																																																																		
<p>二、修讀對象</p>	<p>(註:請詳述修讀對象之條件,如:建議先修科目、先備條件與能力等。)</p>																																																																																																		
<p>三、課程內容大綱與教學進度</p> <p>說明：</p> <p>1. 須授滿十八週課程（畢業班下學期為十四週）。</p> <p>2. 請於期末學期考試前，安排一次Moodle平台線上課堂反應問卷填寫。</p> <p>3. 遠距教學課程授課時數包含課程講授（影音教材）、師生互動討論、線上測驗、作業同儕互評等互動方式。</p>	<p>週</p>	<p>課程進度</p>	<p>授課方式及時數 (請填時數，無則免填)</p> <table border="1" data-bbox="1018 1205 1482 2114"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th colspan="2">遠距</th> <th>面授</th> </tr> <tr> <th colspan="2"></th> <th>同步</th> <th>非同步</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>課程介紹, Ch1 緒論 (到校上課)</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Ch2 服務的消費過程 (到校上課)</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Ch3 產品策略: 服務的設計與發展</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Ch4 通路策略: 實體與電子通路</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Ch5 定價策略: 決定顧客取得服務的代價</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>課堂問題討論 (到校上課)</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Ch6 推廣策略: 溝通服務商品的利益</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>Ch7 服務程序的設計與管理</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>Ch8 服務場景的設計</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>課堂問題討論 (到校上課)</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>Ch9 服務人員的管理</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>Ch10 顧客管理</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>Ch11 顧客抱怨與服務補救(到校上課)</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>Ch12 服務產能與服務需求的調節</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>Ch13 服務品質與生產力</td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>16</td> <td>期末專題報告(一)(到校上課)</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> </tr> <tr> <td>17</td> <td>期末專題報告(二)(到校上課)</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> </tr> </tbody> </table>				遠距		面授			同步	非同步		1	課程介紹, Ch1 緒論 (到校上課)			3hr	2	Ch2 服務的消費過程 (到校上課)			3hr	3	Ch3 產品策略: 服務的設計與發展		3hr		4	Ch4 通路策略: 實體與電子通路		3hr		5	Ch5 定價策略: 決定顧客取得服務的代價		3hr		6	課堂問題討論 (到校上課)			3hr	7	Ch6 推廣策略: 溝通服務商品的利益		3hr		8	Ch7 服務程序的設計與管理		3hr		9	Ch8 服務場景的設計		3hr		10	課堂問題討論 (到校上課)			3hr	11	Ch9 服務人員的管理		3hr		12	Ch10 顧客管理		3hr		13	Ch11 顧客抱怨與服務補救(到校上課)			3hr	14	Ch12 服務產能與服務需求的調節		3hr		15	Ch13 服務品質與生產力		3hr		16	期末專題報告(一)(到校上課)			3hr	17	期末專題報告(二)(到校上課)			3hr
		遠距		面授																																																																																															
		同步	非同步																																																																																																
1	課程介紹, Ch1 緒論 (到校上課)			3hr																																																																																															
2	Ch2 服務的消費過程 (到校上課)			3hr																																																																																															
3	Ch3 產品策略: 服務的設計與發展		3hr																																																																																																
4	Ch4 通路策略: 實體與電子通路		3hr																																																																																																
5	Ch5 定價策略: 決定顧客取得服務的代價		3hr																																																																																																
6	課堂問題討論 (到校上課)			3hr																																																																																															
7	Ch6 推廣策略: 溝通服務商品的利益		3hr																																																																																																
8	Ch7 服務程序的設計與管理		3hr																																																																																																
9	Ch8 服務場景的設計		3hr																																																																																																
10	課堂問題討論 (到校上課)			3hr																																																																																															
11	Ch9 服務人員的管理		3hr																																																																																																
12	Ch10 顧客管理		3hr																																																																																																
13	Ch11 顧客抱怨與服務補救(到校上課)			3hr																																																																																															
14	Ch12 服務產能與服務需求的調節		3hr																																																																																																
15	Ch13 服務品質與生產力		3hr																																																																																																
16	期末專題報告(一)(到校上課)			3hr																																																																																															
17	期末專題報告(二)(到校上課)			3hr																																																																																															

