

國立中興大學教學大綱

課程名稱 (course name)	(中) 服務業行銷管理(9565)				
	(Eng.) Services Marketing Management				
開課單位 (offering dept.)	農企業碩專				
課程類別 (course type)	選修	學分 (credits)	3	授課教師 (teacher)	蕭仁傑
選課單位 (department)	農企業碩專碩專班	授課語言 (language)	中文	開課學期 (semester)	1011
課程簡述 (course description)	本課程包括服務業的消費者行爲、服務概念模型、服務競爭市場定位、服務環境流程設計、以及持續改善服務品質之關鍵要素等重要概念與理論。				
先修課程名稱 (prerequisites)					
課程與核心能力關聯配比(%) (relevance of course objectives and core learning outcomes)			課程目標之教學方法與評量方法 (teaching and assessment methods for course objectives)		
課程目標	核心能力	配比 (%)	教學方法	評量方法	
本課程目標在於介紹服務業行銷的相關議題，並配合服務業個案分析討論，讓同學熟悉服務業行銷管理的運作模式。	1.進階專業知能 2.問題分析與邏輯推理 3.自主學習與創意 4.溝通與團隊合作	40 20 20 20	討論 講授	書面報告 出席狀況 口頭報告 測驗	
授課內容(單元名稱與內容、習作/考試進度、備註) (course content and homework/tests schedule)					
1第一章：服務業行銷的新視野 2第二章：服務接觸中的消費者行爲 3第三章：服務的組成元素 4第四章：服務的實體與電子通路（第一組個案報告） 5第五章：訂價與收益管理、文獻導讀（第二組個案報告） 6第六章：設計服務溝通組合 7第七章：服務的定位策略 8服務業個案研討 9第八章：服務流程的設計與管理（第三組個案報告） 10第九章：平衡需求與供給（第四組個案報告） 11服務業個案研討 12第十章：規劃服務環境（第五組個案報告） 13第十一章：管理人員成爲服務優勢（第六組個案報告） 14服務業個案研討 15第十二章：顧客關係管理與忠誠度之建立 16第十三章：達成服務補救與獲得顧客回饋、文獻導讀（第七組個案報告） 17第十四章：改善服務品質與服務領導（第八組個案報告） 18期末考					
學習評量方式 (evaluation)					
服務業行銷個案報告40%、課程參與30%、期末考30%					
教科書&參考書目(書名、作者、書局、代理商、說明) (textbook & other references)					
指定教科書					

- 1.Lovelock and Wirtz (2007). Services Marketing: People, Technology, Strategy, 6th ed. Person Education International.
- 2.周逸衡、凌儀玲譯 (2007)，服務業行銷，六版，華泰文化

推薦參考書

- 1.國立政治大學 (2008)，服務管理個案第三輯，初版，智勝文化。
 - 2.國立政治大學 (2004)，服務管理個案第四輯，初版，智勝文化。
- 曾光華 (2005)，行銷管理個案－實務與決策導向，台北：前程文化。
<http://web.nchu.edu.tw/pweb/users/whh/>

課程教材（教師個人網址請列在本校內之網址）
(teaching aids & teacher's website)

課程輔導時間
(office hours)

每週三18:00~19:00（請預約）

請尊重智慧財產權，不得非法影印他人著作。

列印日期：2012 年 10 月 31 日