

南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	70N11801
課程中文名稱	服務業管理(與專四技企管四甲合開)
課程英文名稱	Services Management
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	夜二技企管四甲 夜四技企管四甲
任課教師	黃建中
上課教室(時間)	週五第 12 節(S316) 週五第 13 節(S316) 週五第 14 節(S316)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	課程中以服務管理的基本理論為主，主題 1 是『以顧客為焦點』，主題 2 是『傾聽顧客的需要』，主題 3 是『整合策略、服務設計、與服務標準』，主題 4 是『傳遞與執行服務』，主題 5 是『管理承諾』，再輔助其他管理理論教材，如『混沌理論、刺蝟原則、80/20 法則、系統思考』。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標</p> <p>-----</p> <p>1.能了解服務管理與對企業之重要性，Be able to understand the service management and the importance of enterprise, 1 基礎商管知識</p> <p>2.能辨別企業中服務組成成份手法與差異，Be able to identify the constituent practices in enterprise services and differences, 3 行銷與業務知識</p> <p>3.能識別「SERVICE」之意涵並應用於人力資源管理，Be able to recognize the implications of the "SERVICE" and applied to the management of human resources, 12 表達與溝通</p> <p>4.能識別職場生態中顧客服務之組成，Be able to identify the composition of the workplace ecological customer service, 3 行銷與業務知識</p> <p>5.能了解服務業理員工與顧客之關連性，Be able to understand the service industry management employees and customers connected, 2 人力資源知識</p> <p>6.能分析現行職場服務組成成份手法與差異，Structure analysis of the current workplace Service constituent practices and differences, 7 整合與企劃</p>

中文課程大綱	<p>前言</p> <p>第一章 服務概論</p> <p>第一部分 以顧客為焦點</p> <p>第二章 服務業的消費者行為</p> <p>第三章 顧客的服務期望</p> <p>第四章 顧客的服務認知</p> <p>第二部分 傾聽顧客需要</p> <p>第五章 透過行銷研究瞭解顧客期望與認知</p> <p>第六章 建立顧客關係</p> <p>第七章 服務補救</p> <p>第三部分 整合策略、服務設計、與服務標準</p> <p>第八章 服務發展與設計</p> <p>第九章 顧客定義的服務標準</p> <p>第十章 實體表徵與服務設施</p> <p>第四部分 傳遞與執行服務</p> <p>第十一章 員工在服務傳遞的角色</p> <p>第十二章 顧客在服務傳遞的角色</p> <p>第十三章 透過中間商與電子通路傳遞服務</p> <p>第十三章 透過中間商與電子通路傳遞服務</p> <p>第十四章 管理需求與產能</p> <p>第五部分 管理承諾</p> <p>第十五章 整合性服務與行銷溝通</p> <p>第十六章 服務訂價</p> <p>其他課程一 混沌理論</p> <p>其他課程二 刺蝟原則</p> <p>其他課程三 80/20 法則</p> <p>其他課程四 系統思考</p>
英/日文課程大綱	
課程進度表	<p>第一章 服務概論</p> <p>第一部分 以顧客為焦點</p> <p>第二章 服務業的消費者行為</p> <p>第三章 顧客的服務期望</p> <p>第四章 顧客的服務認知</p> <p>第二部分 傾聽顧客需要</p> <p>第五章 透過行銷研究瞭解顧客期望與認知</p> <p>第六章 建立顧客關係</p> <p>第七章 服務補救</p> <p>第三部分 整合策略、服務設計、與服務標準</p> <p>第八章 服務發展與設計</p>

	<p>第九章 顧客定義的服務標準</p> <p>第四部分 傳遞與執行服務</p> <p>第十章 管理需求與產能</p> <p>第十一章 整合性服務與行銷溝通</p> <p>第十二章 服務訂價</p>
<p>教學方式與評量 方法</p>	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>能了解服務管理與對企業之重要性，課堂講授，日常表現</p> <p>能辨別企業中服務組成成份手法與差異，課堂講授，日常表現</p> <p>能識別「SERVICE」之意涵並應用於人力資源管理，課堂講授，筆試</p> <p>能識別職場生態中顧客服務之組成，課堂講授，筆試</p> <p>能了解服務業理員工與顧客之關連性，課堂講授，口頭報告</p> <p>能分析現行職場服務組成成份手法與差異，課堂講授，口頭報告</p>
<p>指定用書</p>	<p>書名：</p> <p>作者：</p> <p>書局：</p> <p>年份：</p> <p>ISBN：</p> <p>版本：</p>
<p>參考書籍</p>	
<p>教學軟體</p>	
<p>課程規範</p>	