

南臺科技大學 107 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0N13201
課程中文名稱	服務業管理與行銷
課程英文名稱	Service Industry Management and Marketing
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	夜四技行流三甲
任課教師	施坤壽
上課教室(時間)	週二第 12 節(T0310) 週二第 13 節(T0310) 週二第 14 節(T0310)
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	本課程介紹常用的服務業管理與行銷相關理論概念，分別從產業背景面、企業面與顧客面加以探討說明，以建立學生基本概念與應用能力。
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.瞭解服務業的重要與發展，--，2 行銷與銷售管理知識 2.瞭解服務業消費者行為，--，2 行銷與銷售管理知識 3.瞭解服務業行銷核心，--，12 表達與溝通 4.服務行銷策略規劃與運用，--，7 行銷與流通整合能力 5.瞭解服務組織發展與管理重心，--，4 創新與創業能力</p>
中文課程大綱	一、概論(服務業特性與分類) 二、服務策略與競爭優勢 三、服務品質與顧客管理 四、服務流程與實體環境 五、服務行銷 六、服務創新
英/日文課程大綱	1. Introduction(The importance and characteristics of services) 2. Service strategies and competitive advantage 3. Service quality and Customer relationship management 4. Service flow and environment

	<p>5. Service marketing</p> <p>6. Service innovation</p>
課程進度表	<p>2/19 第一週 1. 服務業的崛起與重要性</p> <p>2/26 第二週 2. 服務的內涵</p> <p>3/05 第三週 3. 服務業消費者購買過程與行為</p> <p>3/12 第四週 4. 顧客知覺價值、服務品質與顧客滿意度</p> <p>3/19 第五週 影片欣賞</p> <p>3/26 第六週 5. 顧客關係、缺失補救與顧客忠誠度</p> <p>4/02 第七週 放假</p> <p>4/09 第八週 6. 顧客體驗與體驗行銷)</p> <p>4/16 第九週 期中考週</p> <p>4/23 第十週 7. 服務的目標市場行銷、定位與創新</p> <p>4/30 第十一週 8. 服務實體環境</p> <p>5/07 第十二週 9. 服務人員(信義房屋)</p> <p>5/14 第十三週 10. 服務流程與供需管理</p> <p>5/21 第十四週 影片欣賞</p> <p>5/28 第十五週 11. 服務業的定價</p> <p>6/04 第十六週 12. 13.服務業溝通、服務業通路</p> <p>6/11 第十七週 14. 15. 服務業領導與科技應用</p> <p>6/18 第十八週 (繳交期末報告)</p>
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>瞭解服務業的重要與發展，課堂講授，筆試</p> <p>瞭解服務業消費者行為，課堂講授，筆試</p> <p>瞭解服務業行銷核心，課堂講授，口頭報告</p> <p>服務行銷策略規劃與運用，課堂講授，書面報告</p> <p>瞭解服務組織發展與管理重心，課堂講授，書面報告</p>
指定用書	<p>書名：服務業行銷與管理</p> <p>作者：曾光華</p> <p>書局：前程文化事業 (02)2995-6488</p> <p>年份：2016</p> <p>ISBN：978-986-5774-62-2</p> <p>版本：五版</p>
參考書籍	<p>服務行銷與管理，丘宏昌、謝依靜，雙葉書廊 (02)2368-4198</p> <p>服務管理，林清河、楚桂華，華泰書局</p>
教學軟體	
課程規範	

