

服務業行銷課程大綱

授課老師：施錦村

主要書籍：周逸衡，凌儀玲譯，服務業行銷 5 版，台北：華泰書局，2005。

參考書籍：Lovelock, C., and J. Ferrell, "Service Marketing 5th," NJ: Pearson Prentice Hall, 2004.

課程大綱：第一週：課程介紹及服務行定義

第二週：服務行銷概述

第三週：服務接觸中的消費者行為

第四週：服務定位策略

第五週：創造服務產品

第六週：設計服務溝通組合

第七週：定價及收益管理

第八週：服務通路

第九週：期中考

第十週：設計與管理服務流程

第十一週：平衡需求與供給

第十二週：規劃服務環境

第十三週：管理人員成為服務優勢

第十四週：顧客關係與忠誠度的建立

第十五週：顧客回饋與服務補救

第十六週：改善品質與生產力以提高價值

第十七週：建立服務領導

第十八週：期末考

成績計算方式：期中考(30%)、期末考(30%)及平時成績期中考(40%)

平時成績辦法：

1. 到課率
2. 小考：每一章上完後隔週小考

金管系李文雄(乙)
主任

課務組
95. 4. 17
收文章

課程大綱維護系統 (教師版)

您好!這是施錦村老師所開設課程之課程大綱,請點選以下課程開始修改:

選擇	課程編號	班次	課程名稱	開課學年期	開課部別	開課系所
<input type="radio"/>	101042530	01	企業購併理論與實務	0942	大學部(日)	企業管理學系
<input type="radio"/>	151021400	01	企業倫理	0942	進修部(夜)	企業管理學系
<input checked="" type="radio"/>	151021700	01	服務業行銷	0942	進修部(夜)	企業管理學系
<input type="radio"/>	161030390	01	消費者行爲	0942	二在部(夜)	企業管理學系二年制在職專班

輸入課程大綱內容 輸入課程大綱URL (若您已有資料置放於網站上,請點選此項輸入連結)

本課程教學的目的在於使學生瞭解,如何將服務的整體價值傳遞予顧客,促使顧客在知覺上認為,與服務提供者交易可以得到滿足.又因服務具有無形,無法儲存,服務品質差異性大等特色,故其行銷更應重視整體價值的傳遞,因此在課程的設計上包括:

1. 服務行銷的概念: 服務業的成功須將焦點放在消費者及競爭市場上.
2. 服務市場的定位策略.
3. 服務行銷的關鍵因素: 產品, 定價, 通路, 促銷, 溝通.
4. 服務傳遞流程的管理.
5. 顧客關係管理與忠誠制度的建立.
6. 顧客回顧與服務補救.
7. 改善品質與生產力, 以建立服務領導.

使用說明:

- 1、請先點選您要編輯的課程。
- 2、若您已在其他Web站台上放置課程大綱,請選擇【課程大綱URL】,我們會在課程查詢系統中該課程的選項上產生一個Link,可直接Link到您指定的URL。
- 3、若您未曾在其他Web站台上放置課程大綱,請選擇【課程大綱】,我們將您填寫的資料存入資料庫中,使得學生可在課程查詢系統中看到該課程的課程大綱內容。
- 4、每次請選擇一個課程填寫,並按下【確定】按鈕,以更新資料庫。

課務組
95.4.17
收文章