

重新查詢

友善列印

0981學期 課程基本資料

系所 / 年級	休憩系碩士班 1年級	課號 / 班別	94M00015 / A
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	服務品質專題	科目英文名稱	Seminar on Service Quality
主要授課老師	湯大緯	開課期間	一學年之上學期
人數上限	40 人	已選人數	6人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / M319 / 星期4第05節
第1週 / 第18週 / M319 / 星期4第06節
第1週 / 第18週 / M319 / 星期4第07節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要

一、教學目標(Objective)

1.To understand fundamental service principles in relation to service marketing management issues. 2.To develop skills in service market analysis - including customer, competitor and company analysis. 3.To utilize qualitative and quantitative skills in analyzing service problems and opportunities. 4.To develop decision-making capabilities in the area of service marketing strategy. 5.To gain skill in developing actionable recommendations for service marketing managers. 6.To gain applied experience in classroom exercises and short presentations. 7.To enhance the students' verbal and written communication skills.

二、先修科目(Pre Course)

三、教材內容(Outline)

Service Marketing by Christopher H. Lovelock/ Jochen Wirtz, 6th edition,2007, 中譯本By周逸衡、凌儀玲, Optional Resource: Other readings as assigned by instructor.

四、教學方式(Teaching Method)

課堂講授與討論, 個案研討與報告

五、參考書目(Reference)

2009/9/17 課程簡介與服務品質介紹
2009/9/24 服務業的特性與分類
2009/10/1 如何善用網際網路提供服務
2009/10/8 服務策略與競爭優勢
2009/10/15 個案討論
2009/10/22 服務供需平衡與等候管理

六、教學進度(Syllabi)

2009/10/29 顧客需求與行爲
2009/11/5 服務品質管理
2009/11/12 顧客關係管理
2009/11/19 個案討論
2009/11/26 顧客抱怨、服務補救與服務保證
2009/12/3 服務環境與顧客體驗價值
2009/12/10 服務創新策略
2009/12/17 服務定價策略
2009/12/24 服務溝通策略
2009/12/31 個案討論
2010/1/7 期末報告
2010/1/14 期末報告

七、評量方式(Evaluation)

1.課堂參與：40% 2.期中考試：30% 3.期末報告：30%

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢