

朝陽科技大學 098學年度第1學期教學大綱
Service Industry Management 服務業管理

當期課號	3206	Course Number	3206
授課教師	任曙	Instructor	
中文課名	服務業管理	Course Name	Service Industry Management
開課單位	休閒事業管理系(二進)四A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	以系統性方式，介紹服務作業中經常面臨的管理問題以及解決方法；同時，輔以相關個案研討與問題討論，增進學生將理論應用於實務得能力。	Objectives	The focus is upon developing students skills to solve problems encountered in service industries. There is a heavy use of case analysis.
教材	教材： 教科書：戴國良編著，初版，民9607，服務業行銷與管理，台北縣：普林斯頓國際 參考書：李力、章蓓蓓編著，初版，民9202，服務業行銷管理，台北市：揚智 潘成滿編譯，初版，民92，服務業管理與行銷，台北縣：普林斯頓國際 5.雷文谷著，初版，民9603，運動事業經營與管理，台北縣：普林斯頓國際	Teaching Materials	Textbooks: 教科書：戴國良編著，初版，民9607，服務業行銷與管理，台北縣：普林斯頓國際 參考書：李力、章蓓蓓編著，初版，民9202，服務業行銷管理，台北市：揚智 潘成滿編譯，初版，民92，服務業管理與行銷，台北縣：普林斯頓國際
成績評量方式	成績評量：Grading: 上課出席率20% 上課報告與學習態度20% 期中報告30% 期末考30%	Grading	Grading: 1.Attendance 20% 2.Report、Participation and performance in class 20% 3.Mid-term Report 30% 4.Final Exam 30%
教師網頁	-		
教學內容	一、課程目標： 以系統性方式，介紹服務作業中經常面臨的管理問題以及解決方法；同時，輔以相關個案研討與問題討論，增進學生將理論應用於實務得能力。 二、教學進度： 第1-2週：課程大綱與進度之整體說明、服務業管理之基礎 第3-4週：服務經濟時代來臨、第四週校外教學觀摩（1） 第5-6週：服務業市場區隔與產品定位、第7-8週：服務業顧客導向及有效作法、服務與服務品質概論第9-10週：第九週期中報告、第十週校外教學觀摩（2） 第11-12週：服務品質購面、決定因素、顧客忠誠與再購意願 第13-14週：服務業「產品策略」、「定價策略」、「通路策略」、「公關策略」、「行銷策略」及第十三週校外教學觀摩（2） 第15-16週：服務業「人力資源」、「客服中心」 第17-18週：個案研討、期末考 三、教學方式： 1.採取教師講解、專案探討方式教學，及互相交流研究。 2.培養學生具備了解休閒消費者行為理念及動機之知識。	Syllabus	一、Objectives: The focus is upon developing students skills to solve problems encountered in service industries. There is a heavy use of case analysis. 二、Schedule: Week 1-2: Account for the general guidelines and teaching schedule of the course. Introduction to the leisure consumer behavior. Week 3-4:The coming of service-oriented economical times. Analysis of fore 1000 companies' ranking in domestic service industry. Week 5-6:Market segmentation and product positioning of service industry. Field trip. Week 7-8:Customer-oriented service industry and effective administration. Introduction to the quality of service. Week 9-10: Mid-term Report and case study. Week 11-12:Dimensions to quality of service, decisive elements, and customer loyalty. Field trip. Week 13-14:Strategies of product, pricing, channel, public relation, and marketing of service industry. Week15-16:Human resource and customer service center of service industry. Week17-18: Final exam.

		<p>三、Class activities:</p> <ol style="list-style-type: none">1. There will be lectures, case study, and further discussion in class.2. To provide students with the concept and motive of leisure consumer behavior.
--	--	---

尊重智慧財產權，請勿非法影印。