朝陽科技大學 099學年度第2學期教學大綱
Creative Marketing of Service Industry 服務業創意行銷

當期課號	1174	Course Number	1174
授課教師	鄭安欽	Instructor	CHENG,AN CHIN
中文課名	服務業創意行銷	Course Name	Creative Marketing of Service Industry
開課單位	企業管理系(四日)四A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	本課程從完整的服務行銷議題與策略入門，爲因應知識經濟時代，利用腦力創造價值，本課程結合服務行銷與創意技術，除引導學生認識新興創意產業與服務產業，分享創意行銷案例外，也導入創意技術。讓學生不僅熟悉創意技術，更實地操演開發新服務與企劃創意行銷策略。根本目標則是激發同學們對創意與行銷的熱情與潛力。	Objectives	This course begins with an introduction of the issues of service marketing. In order to meet the needs of boosting brain's creative ability under the age of knowledge economy, the content of this course combines the knowledge of service marketing and innovative techniques. The techniques of innovation are to be introduced in class in addition to the case study for students to be familiar with newly emerged industries. By doing this, students will be able to apply the techniques that they have learned into practice, regarding the creation of the new types of service business and the process of strategic marketing planning. To sum up, this course aims at arousing students' enthusiasms and their potentials of creativity and marketing.
教材	教學用書： 1.服務行銷與管理，戴國良著，普林斯頓出版社（2008年9月） 參考用書： 1.行銷個案分析（三版），Rober F. Hartley著（于卓民審訂），智勝出版（2010年7月） 2.服務業行銷-亞洲實例，范惟翔審訂，全華出版（2006年2月）	Teaching Materials	教學用書： 1.服務行銷與管理，戴國良著，普林斯頓出版社（2008年9月） 參考用書： 1.行銷個案分析（三版），Rober F. Hartley著（于卓民審訂），智勝出版（2010年7月） 2.服務業行銷-亞洲實例，范惟翔審訂，全華出版（2006年2月）
成績評量方式	平時成績（30%；包含：出缺席、報告、及上課參與） 期中報告（30%） 期末報告（40%）	Grading	General mark(30%)(Included:participation ,Report and performance in class) Middle Report(30%) Final Report(40%)
教師網頁			
教學內容	知識經濟的時代，首重腦力價值，如何發掘創意潛能，並且應用於服務行銷的工作範疇，是本課程的教育宗旨。本課程除了介紹服務業行銷的議題，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的能力。 本課程包含內容： 1.服務管理概論 2.服務行銷議題 3.服務創意行銷組合 4.個案分析	Syllabus	As the value of brain’s ability has been emphasized under the age of knowledge economy, the main purpose of this course is to arouse students’ enthusiasms and their creative potentials in the field of marketing service.This course begins with an introduction of the issues of service marketing. Also, there are discussions and analyses of the cases helping students apply the theory in practice. The major topics in this course are: 1.Introduction of service industry management 2.Major issues of service marketing 3.Combinations for innovation and marketing 4.Case study

尊重智慧財產權，請勿非法影印。