

國立東華大學管理學院「服務業管理」課程大綱

1. 班級: 碩專學分班

2. 教師: 巫喜瑞 email: cedric@gms.ndhu.edu.tw

3. 教科書:

觀光行銷-顧客導向的服務業行銷，第二版，巫喜瑞著（2017），華立圖書。

參考書目：服務業行銷（2012），第七版，周逸衡、凌儀玲、劉宜芬譯，Christopher Lovelock and Jochen Wirtz 原著，華泰文化。

4. 上課方式:

本課程強調理論與實務的緊密結合，上課時前半段時間由老師講授課本章節內容，並進行討論或答覆問題。部份週次，將安排服務業管理實務個案討論，以及服務業的參訪交流活動。

全班同學平均分成若干小組(每組約2人，將視選課人數調整)，每小組選取一個服務業管理的實務企業個案，負責於課堂上口頭報告當週的個案研討內容，該個案討論的焦點應儘可能與該次上課主題相呼應（但不以該次進度為限）。並於學期末提交此服務業管理個案報告（書面與電子檔），學生可針對其所選擇的國內外知名服務業廠商，就其服務業管理上的實務作法進行探討，並提出行銷管理之建議。

5. 上課內容:

包含服務業管理中各重要議題:

第一部分：探討主題分別為服務經濟下管理的新觀點、服務接觸中的消費行為，以及服務業如何定位。

第二部分：探討服務觀點的發展以及價值主張若欲發展成為成功的商業模式，需要透過產品、通路、定價及溝通等策略。此部分應用傳統的行銷組合 4P，解釋在服務業獨有的特色下其應用之意涵。

第三部分：主題為管理顧客介面，包含額外的 3P（流程、實體服務環境及人員），並討論服務業供需平衡的議題。

第四部分：此部分將焦點擺在有效執行服務行銷策略的四個關鍵議題上，包括顧客關係管理、服務補救、改善服務品質與生產力，以及服務領導力等。