

(109-1) 服務創新與管理

Service Innovation and Service Management

林建江

| | |
|--------------------------------------|---|
| 中文課程概要 Chinese Course Description | 服務業的發展對於經濟體的升級與轉型有重大的影響，本課程除了針對服務業管理中諸如顧客忠誠度、顧客抱怨與服務補救，以及服務文化的建立等關鍵性議題進行介紹與探究外，服務創新所能為業者帶來的競爭優勢是本課程的另一個重點，結合創意與創新打造出來的服務將協助業者因應來自不同產業甚至是不同國家的競爭。 |
| 教學目標 Course Objectives | 服務業經濟時代到來，對國家整體產業發展的重要性也不斷提高，本課程除了透過與傳統行銷的比較，為修習者介紹服務的特色、內涵以及要素外，也會透過工具的介紹，讓修習者了解設計一個新服務所需要經歷的過程，從而協助修習者建構未來踏入服務業職場或是協助本身所屬企業轉型的能力，除此之外，透過創新案例的介紹也有助於課程修習者建構對未來轉型的想像。 |
| 授課方式 Approach to Instruction | 講義、個案、小組報告、新服務設計專案 |
| 成績評定 Grading | 個人報告：25% 小組報告：30% 課堂參與：25% 出席狀況：20% |
| 參考書目 Textbooks and References | 鄭紹成（2018），服務行銷：價值鎖焦，台北：雙葉書廊 Osterwalder & Pigneur（2012），獲利世代：自己動手，畫出你的商業模式，台北：早安財經 Jochen Wirtz 著；巫喜瑞譯（2019），贏在服務業市場：以人力、技術、策略決勝，台北：前程文化事業股份有限公司 |
| 週次 Week | 進度內容 Syllabus |
| 1(9/13~9/19) | 在服務經濟中創造及獲取價值 |
| 2(9/20~9/26) | 在服務情境中的消費者行為 |

| | |
|-----------------|-----------------------|
| 3(9/27~10/03) | 在競爭市場中定位服務 |
| 4(10/04~10/10) | 發展服務產品和品牌 |
| 5(10/11~10/17) | 配銷服務 |
| 6(10/18~10/24) | 服務價格與收益管理 |
| 7(10/25~10/31) | 服務業行銷溝通 |
| 8(11/01~11/07) | 服務創新案例與設計思考 |
| 9(11/08~11/14) | 服務流程設計 |
| 10(11/15~11/21) | 平衡需求與產能 |
| 11(11/22~11/28) | 打造服務環境 |
| 12(11/29~12/05) | 管理人才以成為服務優勢 |
| 13(12/06~12/12) | 管理顧客關係與建立忠誠度 |
| 14(12/13~12/19) | 抱怨處理與服務補救 |
| 15(12/20~12/26) | 改善服務品質與生產力 |
| 16(12/27~1/02) | 建立世界級的服務企業 |
| 17(1/03~1/09) | 新服務開發流程 & Pecha Kucha |
| 18(1/10~1/16) | 期末報告 |