

國立臺灣大學進修推廣部推廣教育非學分班招生簡章

「服務行銷管理研習班」第 1 期

因應社會經濟的演進，如何引領企業在顧客導向的新經濟革命中取得勝利，已成為身處在服務經濟時代的我們所應該思考的重要課題。

本課程特延攬行銷管理專任教授及著名業界行銷實務講師授課，藉由實務個案與課程講授的方式綜觀整體的服務行銷環境，並環扣內部行銷、外部行銷及互動行銷的行銷模式金三角理論，透過觀念架構闡釋、實務案例討論、重要環節演練以及實務人士講演等方式的綜合運用，有系統地教授行銷者於服務經濟時代藉由無形的『服務』，轉化成另一種眼可見、手可處、心可及的『產品』，延伸消費者的心理滿足需求及建立與消費者的信賴關係，進而提升商品的價值而非價格，協助企業擁有更多的市場競爭力，並提升消費者依存黏著度，產生更高的商品及企業價值。

授課老師：國立清華大學科技管理研究所丘宏昌教授

晶華集團業務總經理劉怡秀老師

PC home 營運長謝振豐老師

(本部得保留課程及師資調整異動之權利)。

課程目的：本課程將透過觀念架構闡釋、實務案例討論、重要環節演練以及實務人士講演等方式的綜合運用，有系統地教授服務行銷之理論與實務意涵，並分析服務行銷之問題與挑戰。

招生對象：凡對服務行銷相關課題感興趣者皆可參加。

課程時數：每週一次，共計 7 週，21 小時。

上課時間：101 年 9 月 27 日起，每週四晚間 19：00-21：45

(授課日期或上課時間如有異動將另提前公告通知或公告於本部一樓大廳課程電子看板)。

上課地點：臺灣大學進修推廣部(臺北市羅斯福路 4 段 107 號)。

招生人數：以 50 人為原則，將依照報名者繳費順序錄取至額滿為止。

未達 30 人得不開班。本部保留增額或不足額開班之權利。

課程內容：

上課日期	課程主題	師資
9/27(四)	重要服務行銷概念	丘宏昌 教授
10/4(四)	體驗行銷	晶華集團業務總經理劉怡秀
10/11(四)	服務特性與顧客忠誠	丘宏昌 教授
10/18(四)	服務創新	PC home 營運長謝振豐
10/25(四)	服務營運與策略選擇	丘宏昌 教授

11/1(四)	服務業成長	丘宏昌 教授
11/8(四)	個案討論	丘宏昌 教授

費用：13,500 元。

學費優惠：

早鳥專案：特延長至 101 年 9 月 12 日前完成報名繳費者，學費優惠價:12,000 元

◎臺大身份優惠：本校校友、教職員工及本部舊生，除享有早鳥專案外，另每位再折價 500 元。

◎愛心優惠價：滿 65 歲以上人士、身心障礙人士及低收入戶領有證明者，除享有早鳥專案外，另每位再折價 1000 元。

(註：如同時符合臺大身份優惠和愛心優惠，僅能擇一優惠使用)

報名手續：一律採線上報名，請至「臺灣大學推廣教育網」<http://training.dpd.ntu.edu.tw> 點選本期「顧客導向的數位行銷研習班」進行線上報名步驟後並下載列印繳費單，並完成繳費手續。本課程將依照報名者繳費順序錄取至額滿為止。

繳費方式：詳細說明請參閱下載的「繳費單」。完成繳費後請妥善保存繳費憑據。

結業：修業期滿，缺課次數未超過全期上課次數五分之一並通過學習評量者，由本部核發推廣教育證明書。

其他事項：(1) 本班為研習班(非學分班)，不授予學分、學位證書及不發成績單。

(2) 本課程可登錄公務員終身學習時數。

(3) 本部有權保留課程變動及時間調整之權利，課程若有變更將會提前告知學員。

(4) **學費退費規定：**學員自報名繳費後至實際上課日前退學者，退還已繳學費之九成。自實際上課之日算起未逾全期三分之一者退還已繳學費之半數。在班時間已逾全期三分之一者，不予退還。申請退費必須附上收據正本(學員聯)及申請書，缺一不可，否則不予受理。

(5) 本班無補課機制，課程均須於當期修習完畢。

(6) 學員於修習期間應遵守本部規定，如有不當行為或影響授課或影響其他學員之學習，經通知仍未改善者，本部得取消其修讀資格，且不予退費。

(7) 患有或疑似患有 SARS 或其它法定傳染病者，本部得拒絕其入學及上課。

(8) 就讀本班不得辦理兵役緩徵。

(9) 本簡章若有未盡事宜，本部保留得以隨時修改之權利。

課程大綱

單元	上課方式	單元主題、個案討論或練習等
9/27 (四) 單元一 重要服務行銷概念	授課與討論	<ul style="list-style-type: none"> ● 服務行銷與價值 <ul style="list-style-type: none"> ■ 企業如何提升價值 ■ 服務與價值銷售 ● 服務與差異化 <ul style="list-style-type: none"> ■ 產品與服務的層次 ■ 服務與體驗行銷
10/4 (四) 單元二 體驗行銷	實務分享	<p>實務分享：晶華集團業務總經理劉怡秀談旅館服務</p> <p>問題與討論：2016年，台灣希望能將觀光客數推向1,000萬大關，此部分將針對五星級的體驗行銷與服務進行探討</p> <ul style="list-style-type: none"> - 觀光產業之現況 - 世界觀光產業概況 - 台灣觀光產業現況 - 台灣觀光產業新紀元 - 台灣觀光契機及願景 - 晶華國際酒店集團經驗分享-創新與突破 <ol style="list-style-type: none"> 1. 以利潤中心方式營運 2. 顛覆傳統銷售規則 3. 複合化產品策略 4. 跨部合作，滿足客戶不同需求 5. 加盟連鎖策略 6. 產品階層化的發展策略 7. 集團行銷，服務加值 8. 全球佈局，打造全球化企業品牌
10/11 (四) 單元三 服務特性與顧客忠誠	授課與討論	<ul style="list-style-type: none"> ● 服務特性與分類 <ul style="list-style-type: none"> ■ 服務特性 ■ 服務分類 ● 服務品質、滿意與忠誠 <ul style="list-style-type: none"> ■ 服務品質與滿意 ■ 顧客忠誠
10/18 (四) 單元四 服務創新	實務分享	<p>實務分享：PC home營運長謝振豐談網路購物服務</p> <p>問題與討論：PC home 勇於在網路上進行各種創新服務的嘗試，推出的 24 小時內送達服務廣受顧客好評，此部分將探討 PC home 的競爭力及未來電子商務服務之發展</p>
10/25 (四) 單元五 服務營運與策略選擇	授課與討論	<ul style="list-style-type: none"> ● 服務營運模式與服務策略 <ul style="list-style-type: none"> ■ 服務營運模式 ■ 服務策略
11/1 (四) 單元六 服務業成長	授課與討論	<ul style="list-style-type: none"> ● 服務業之以小博大與成長 <ul style="list-style-type: none"> ■ 服務業之以小博大 ■ 服務業從小到大到全球化的挑戰
11/8 (四) 單元七 個案討論	個案分析與討論	<p>兩個短個案</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 顧客該分級嗎 <ul style="list-style-type: none"> ■ 瞭解顧客分級的優缺點與適用場合 ● 標準化與客製化的挑戰 <ul style="list-style-type: none"> ■ 企業該如何平衡標準化與客製化