

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	電子商務	授課 教師	張瑋倫 CHANG WEI-LUN
	ELECTRONIC COMMERCE		
開課系級	企管四 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXB4P		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p>			
系 ( 所 ) 核心能力			
<p>A. 一般管理能力。</p> <p>B. 企管專業能力。</p> <p>C. 產業經營能力。</p> <p>D. 企業倫理與工作態度。</p>			
課程簡介	<p>本課程將以個案教學為主，透過介紹全球知名電子商務個案來探討成功模式，並且帶出相關議題如線上銷售、訂價模式、電子商務品牌、網路行銷、社群媒體以及創新的經營模式。期望能將成功案例典範綜合出關鍵因素，對於電子商務整體環境有進一步認識。</p>		
	<p>This course will lecture based on cases. Certain international e-commerce cases will be introduced. Moreover, several issues will also be covered such as online retailing, pricing, branding, marketing, social media, and innovative business model. The goal of this course is to synthesize the key factors of those cases and provide an overview concept of e-commerce.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

一、目標層級(選填):

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系(所)核心能力」之相關性:

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應其「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列。)

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系(所)核心能力
1	透過成功個案認識電子商務概念	Understanding the concept of e-commerce by cases	C4	ABCD

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	透過成功個案認識電子商務概念	講述、討論、賞析	報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◆ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◇ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	課程介紹	
2	101/09/17~ 101/09/23	Case: Google	
3	101/09/24~ 101/09/30	Case: Ebay and Amazon	
4	101/10/01~ 101/10/07	Case: Dropbox	
5	101/10/08~ 101/10/14	Case: Zappos	
6	101/10/15~ 101/10/21	Case: TripAdvisor	
7	101/10/22~ 101/10/28	Case: Yelp	
8	101/10/29~ 101/11/04	Case: Air France Internet Marketing	
9	101/11/05~ 101/11/11	Case: Online Apparel Retailing	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	Case: Youtube	
12	101/11/26~ 101/12/02	Case: New York Times	
13	101/12/03~ 101/12/09	Case: Online Music Distribution in a Post-Napster World	
14	101/12/10~ 101/12/16	Case: KKBOX	
15	101/12/17~ 101/12/23	Case: PatientsLikeMe	
16	101/12/24~ 101/12/30	Case: AirBNB	
17	101/12/31~ 102/01/06	Case: Pets.com (失敗案例)	
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	課前針對個案先上網了解個案背景，課堂中會以個案互動方式進行討論，該周課程結束會針對個案做進一步了解，並請同學做摘要整理於隔周繳交。課堂互動與討論將為本課程主要評分重點。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	自製投影片以及全球知名哈佛個案等補充教材。		
參考書籍	任何電子商務相關書籍		

批改作業 篇數	15 篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)
學期成績 計算方式	◆出席率： 15.0 %    ◆平時評量：40.0 %    ◆期中評量：15.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉：            %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 <b>※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</b>