

淡江大學 105 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	企管二碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXM2A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、強化專業知識。 二、訓練實務知能。 三、培養團隊精神。 四、深化專業倫理。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 能理解與善用企業管理學理。 B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。 C. 能溝通協調並團隊合作共同完成研究專案。 D. 能整合資訊應用與服務解決企業管理相關問題。 E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。 F. 能運用外語增進管理專業成長。			
課程簡介	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。		
	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.		

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	To understand the concept of e-commerce	C4	ABCF
2	分析個案成功與失敗因素	To identify the successful and failed factors from EC cases	C5	ABCDF

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、實作	紙筆測驗、報告、上課表現
2	分析個案成功與失敗因素	講述、討論、實作、問題解決	紙筆測驗、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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◆ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◆ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◆ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備 註
1	105/09/12~ 105/09/18	Orientation	
2	105/09/19~ 105/09/25	Introduction to EC	
3	105/09/26~ 105/10/02	Innovative Business Models / Case: Quirky and ZipCar	
4	105/10/03~ 105/10/09	B2C and C2B / Case: Dell and Priceline	
5	105/10/10~ 105/10/16	Digital Content: Online Video / Case: Hulu and Netflix	
6	105/10/17~ 105/10/23	User-Generated Content: Online Reviews / Case: TripAdvisor and Yelp	
7	105/10/24~ 105/10/30	B2B & C2C / Case: Alibaba and Taobao	
8	105/10/31~ 105/11/06	Sharing Economy / Case: Uber and BlaBlaCar	
9	105/11/07~ 105/11/13	Social Media / Case: Instagram and LinkedIn	
10	105/11/14~ 105/11/20	Why EC Failed? / Case: Pets.com and Homejoy	
11	105/11/21~ 105/11/27	E-Commerce Movie Appreciation	
12	105/11/28~ 105/12/04	Online to Offline / Case: Deliveroo and FoodPanda	

13	105/12/05~ 105/12/11	E-Commerce Payment / Case: Paypal and Alipay	
14	105/12/12~ 105/12/18	Collective Power / Case: Groupon and Gomaji	
15	105/12/19~ 105/12/25	Mobile Commerce: Argument Reality / Case: Pokémon Go and IKEA AR Catalog	
16	105/12/26~ 106/01/01	Internet of Things: Cloud and Big Data Analysis	
17	106/01/02~ 106/01/08	E-Commerce Movie Appreciation	
18	106/01/09~ 106/01/15	Final Presentation	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		Powerpoint and selected HBR articles.	
參考書籍		Magazine, Newspaper, Books, Papers, anything related to EC issues.	
批改作業 篇數		22 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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈HW & Participation〉：30.0 %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」進入。 ※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。	