

淡江大學 106 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	顧客關係管理	授課 教師	吳錦波 WU JINPO
	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)		
開課系級	資管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLMXB4P		
系 (所) 教育目標			
<p>一、精進資訊管理知能。</p> <p>二、提升資訊科技專業。</p> <p>三、獨立思考邏輯分析。</p> <p>四、強化團隊合作能力。</p> <p>五、重視企業資訊倫理。</p> <p>六、培育全球化世界觀。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 問題分析與關鍵思考。</p> <p>B. 企業基礎與實務知識。</p> <p>C. 資訊系統運用。</p> <p>D. 程式設計。</p> <p>E. 網路系統規劃。</p> <p>F. 資料庫設計與管理。</p> <p>G. 資訊系統分析、設計與整合。</p> <p>H. 專案管理。</p>			
課程簡介	顧客關係管理課程是一門學理與實務應用兼具的課程。本課程探討顧客關係管理學理架構、方法、系統、評估指標、流程、模式；並導入雲端科技建立顧客關係案例，實際深度觀察，活絡應用問題解決。		
	Customer relationship management(CRM)is both an academic field and a practical subject. This course aims to investigate the theoretical framework, methods, systems, performance indicators, procedures, and models of CRM. It also incorporates case studies via cloud technology, which allows students to conduct in-depth observation and thus enhance real-world problem solving.		

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	一、瞭解顧客關係管理的基本概念與企業進行顧客關係管理的重要性。	1. Understand the basic concepts of customer relationships management and its importance in businesses.	C2	BC
2	二、熟悉顧客關係管理流程、系統、及資訊的整合。	2. Familiarize the process, systems, and information integration of customer relationship management.	C4	BC
3	三、能運用顧客關係衡量指標。	3. Enable students to correctly apply performance measurement indicators.	C3	BC
4	四、善用新資訊科技於顧客關係管理。	4. Be able to utilize new information technology in customer relationship management.	C3	BC

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	一、瞭解顧客關係管理的基本概念與企業進行顧客關係管理的重要性。	講述、討論	紙筆測驗
2	二、熟悉顧客關係管理流程、系統、及資訊的整合。	講述、討論	紙筆測驗、實作
3	三、能運用顧客關係衡量指標。	講述、討論	紙筆測驗、實作、上課表現
4	四、善用新資訊科技於顧客關係管理。	講述、討論	紙筆測驗、實作

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	107/02/26~ 107/03/04	課程介紹、顧客關係管理基本概念	Chapter 1
2	107/03/05~ 107/03/11	顧客關係與顧客互動	Chapter 2
3	107/03/12~ 107/03/18	顧客價值	Chapter 3
4	107/03/19~ 107/03/25	策略與資源	Chapter 4
5	107/03/26~ 107/04/01	顧客互動流程與介面	Chapter 5
6	107/04/02~ 107/04/08	顧客資料分析工具	Chapter 6
7	107/04/09~ 107/04/15	制度與管理	Chapter 7
8	107/04/16~ 107/04/22	實施團隊與規劃流程	Chapter 8
9	107/04/23~ 107/04/29	顧客關係管理策略規劃	Chapter 9
10	107/04/30~ 107/05/06	期中考試週	
11	107/05/07~ 107/05/13	顧客關係管理需求分析	Chapter 10
12	107/05/14~ 107/05/20	顧客關係管理系統設計與導入	Chapter 11

13	107/05/21~ 107/05/27	顧客知識管理	Chapter 12 & 13
14	107/05/28~ 107/06/03	顧客關係管理創新與趨勢	Chapter 14 & 15
15	107/06/04~ 107/06/10	畢業考試週	
16	107/06/11~ 107/06/17	---	
17	107/06/18~ 107/06/24	---	
18	107/06/25~ 107/07/01	---	
修課應 注意事項	智慧型手機或平板電腦上課必備！		
教學設備	電腦		
教材課本	徐茂練 (2016), 顧客關係管理, 全華圖書, 新北市。		
參考書籍	陳美純 (2014), 顧客關係管理：整合雲端應用服務 前程文化 Buttle, Francis, and Stan Maklan (2015), Customer relationship management: concepts and technologies, 3rd Ed. Routledge, Taylor & Francis Group. Kumar, V. and Werner Reinartz (2012), Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools, 2nd Ed. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.		
批改作業 篇數	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： 10.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈以Zuvio互動〉：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。		