

淡江大學 109 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	吳鳳儀 WU, FENGYI
	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)		
開課系級	企管四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLCXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
系 (所) 教育目標			
<p>一、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：50.00)</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。(比重：20.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：30.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：40.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：20.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：20.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：20.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程之目的在介紹顧客關係管理領域中，有關的基本概念與應用及管理在規劃營運活動中所採行的策略等。經由理論講述及範例探討之方式，以建立同學對於顧客關係管理之瞭解與興趣。課程內容不牽涉任何公式或計算，以管理運用為原則，以利同學瞭解顧客關係管理的涵義及實務應用的關聯性。</p>		

	The purpose of this course is to introduce the basic concepts of customer relationship management field, relevant basic conception and application, enterprise conduct planning activity to select method. It's via of way the theory and discuss example, in order to set up classmate's understanding and interest to customer relationship management. The course content does not involve any formula or calculation, take managing and using as the principle, let classmate understand with favorable customer relationship management conditions and whom enterprise run getting related.
--	--

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	1.探討顧客關係的理論與應用。 2.強調重要觀念的解析。 3.以國內外實例解釋學理的實務價值。	1. The course explored the theory and application of customer relationship. 2. The course emphasize that analysis of important concepts. 3. The course explain the practical value of academic theory with domestic and foreign examples.
2	1.探討顧客關係的理論與應用。 2.強調重要觀念的解析。 3.以國內外實例解釋學理的實務價值。	1. The course explored the theory and application of customer relationship. 2. The course emphasize that analysis of important concepts. 3. The course explain the practical value of academic theory with domestic and foreign examples.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABC	1237	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABC	1237	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	110/02/22~ 110/02/28	課程介紹(1)顧客關係管理定義	
2	110/03/01~ 110/03/07	(1)顧客關係管理的要素	分組確認
3	110/03/08~ 110/03/14	(2)CRM的策略	分組報告

4	110/03/15~ 110/03/21	(2)CRM與企業的顧客戰略	分組報告
5	110/03/22~ 110/03/28	(3)CRM的架構體系	分組報告
6	110/03/29~ 110/04/04	(4)建立CRM的步驟	分組報告
7	110/04/05~ 110/04/11	(4)建立CRM的流程	分組報告
8	110/04/12~ 110/04/18	(5)CRM與資料倉儲	分組報告
9	110/04/19~ 110/04/25	(6)CRM與資料採礦	分組報告
10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~ 110/05/09	(7)CRM與行銷	分組報告
12	110/05/10~ 110/05/16	(8)客服中心與電話行銷	分組報告
13	110/05/17~ 110/05/23	(10)大數據之發展	分組報告
14	110/05/24~ 110/05/30	(11)大數據及CRM的推動	分組報告
15	110/05/31~ 110/06/06	畢業考試週	
16	110/06/07~ 110/06/13	---	
17	110/06/14~ 110/06/20	---	
18	110/06/21~ 110/06/27	---	
修課應 注意事項	1.請使用正版教科書，勿不法影印書籍資料。 2.每組成員為2-3人。		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	教材/課本：圖解顧客關係管理 (2版)。 著者：戴國良，出版日期： 108年9月。 五南圖書出版股份有限公司。 ISBN：978-957-763-552-5		
參考文獻	商業期刊及雜誌		
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： 20.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %		

備 考

「教學計畫表管理系統」網址：<https://info.ais.tku.edu.tw/csp> 或由教務處
首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。