

淡江大學 1 1 1 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	傅桂蘭 GUEY LAN FU
	ELECTRONIC COMMERCE		
開課系級	企管進學班四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLCXE4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG10 減少不平等		
系 ( 所 ) 教育 目 標			
一、熟悉專業知能。 二、訓練實務知能。 三、培養團隊精神。 四、深化專業倫理。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：30.00) 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：10.00) 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) D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。(比重：20.00) E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：10.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：10.00) 2. 資訊運用。(比重：30.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：30.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	企業藉由通訊網路向用戶或消費者提供消費資訊或互動服務，諸如行動銀行服務、電子優惠行銷以及E-commerce中之B2C (business-to-consumer)、B2B (business-to-business) 等服務，透過本課程之學習，讓學生了解電子商務之發展，以及B2C、B2B等間如何藉由通訊網路進行採購、下單或查詢物流狀況等行動商務，及其如何改變商業活動及作業。
	Enterprises provide consumption information or interactive service to users or consumers by communication network, such as, e-bank service, preferential e-marketing, and B2C (business-to-consumer) and B2B (business-to-business) of E-commerce. The purpose of this course is to help students understand the development of e-commerce, e-commerce including B2C and B2B for purchasing, ordering, and logistics checking by communication network, and the way to reform business activity and process.

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	透過本課程之學習，讓學生了解電子商務之發展，以及B2C、B2B等間如何藉由通訊網路進行採購、下單或查詢物流狀況等行動商務，及其如何改變商業活動及作業。	The purpose of this course is to help students understand the development of e-commerce, e-commerce including B2C and B2B for purchasing, ordering, and logistics checking by communication network, and the way to reform business activity and process.

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	技能	ABCDE	12345678	講述、討論、發表、實作	作業、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	111/09/05~111/09/11	Ch.1 Concepts and Essentials of Electronic Commerce	
2	111/09/12~111/09/18	Ch.1 Concepts and Essentials of Electronic Commerce	
3	111/09/19~111/09/25	Ch.2 E-marketplaces and Economic Impacts	
4	111/09/26~111/10/02	Ch.2 E-marketplaces and Economic Impacts	

5	111/10/03~ 111/10/09	Ch.3 Retailing in Electronic Commerce (E-Tailing)	
6	111/10/10~ 111/10/16	Ch.3 Retailing in Electronic Commerce (E-Tailing)	
7	111/10/17~ 111/10/23	Ch.4 Market Research and Advertisement in Electronic Commerce	
8	111/10/24~ 111/10/30	Ch.4 Market Research and Advertisement in Electronic Commerce	
9	111/10/31~ 111/11/06	Ch.5 Company-Centric B2B	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	Ch.5 Company-Centric B2B	
12	111/11/21~ 111/11/27	Ch.6 B2B Exchanges and Services	
13	111/11/28~ 111/12/04	Ch.7 E-Government, E-learning, C2C, Knowledge Management	
14	111/12/05~ 111/12/11	Ch.8 Mobile Commerce and Pervasive Computing	
15	111/12/12~ 111/12/18	Ch.9 Electronic Payment System (B2C, B2B)	
16	111/12/19~ 111/12/25	Ch.10 Order Fulfillment and Other Support Services	
17	111/12/26~ 112/01/01	Ch.11 EC Strategy and Implementation	
18	112/01/02~ 112/01/08	期末考試週(本學期期末考試日期為:112/1/3-112/1/9)	
修課應 注意事項	避免缺席,遵守上課秩序		
教學設備	電腦		
教科書與 教材	Electronic Commerce-A Managerial Perspective.; Turban等著(華泰文化代理)		
參考文獻	「電子交易條例」 香港資訊科技及廣播集出版; 「行動商務」 劉肇庭 文魁資訊公司; 「電子商務理論與實務」 梁定澎 華泰文化 電子商務應用與科技發展 樂斌 陳苡任 滄海書局		
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。**