

淡江大學 1 1 1 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	電子商務	授課 教師	何憲昌 HO HSIEN CHANG
	ELECTRONIC COMMERCE		
開課系級	企管三 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXB3P		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
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：30.00)</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：10.00)</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> <p>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)</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：10.00)</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：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	<p>本課程旨在藉由電子商務的理論架構提供同學了解如何透過網路平台進行商品的銷售及買賣流程，並藉由網路相關的行銷管理活動輔助，以期能達成一般商業交易的型態。</p> <p>課程中涵蓋了電子商務議題與相關個案分析，期使同學們能從課程中學習到最新的電子商務理論與概念及實務操作，教學中除了藉由實例了解電子商務的基本理論與概念外，另搭配相關電商數位行銷活動輔助期能掌握增加來客數，頁面點閱率等相關流量，轉換為實際銷售額。</p>
	<p>The course is aimed at the theoretical framework of electronics how students can sell and trade commodities through the internet, and in the business-related analysis and analysis, the periodical case students can lead the latest e-commerce business theory and concept operation operation related e-commerce number collocation related e-commerce number marketing The auxiliary period of the activity can control the increase in the number of visitors, page click rate and other related traffic, and convert it into actual marketing sales</p>

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能理解電子商務的基本學理知識 2能運用電子商務概念團隊策劃完成企劃	1 understanding the basic theory of Electronic Commerce 2 applying the framework of Electronic Commerce and team work to create an effective online store plan
2	能理解電子商務的基本學理知識 能運用電子商務概念並團隊合作完成廣告企劃	understanding the basic theory of Electronic applying the framework of Electronic Commerce and team work to create an effective online store plan
3	能理解電子商務的基本學理知識 能運用電子商務概念並團隊合作完成廣告企劃	understanding the basic theory of Electronic Commerce applying the framework of Electronic Commerce and team work to create an effective online store plan

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	12357	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	BCD	12345678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

3	認知	BCDE	2345678	講述、討論	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	112/02/13~ 112/02/19	課程介紹及電子商務本概念	
2	112/02/20~ 112/02/26	電子商務的營運構面及相關機制	
3	112/02/27~ 112/03/05	商務模式(STP+4P 科技)	
4	112/03/06~ 112/03/12	開辦事項及後台相關系統設立(ch7)	
5	112/03/13~ 112/03/19	供應鏈管理 (ch8, 9)	
6	112/03/20~ 112/03/26	電商平台及品牌電商	
7	112/03/27~ 112/04/02	官方網站架設流程	
8	112/04/03~ 112/04/09	網路導流分析	
9	112/04/10~ 112/04/16	平台上架內容規範與分析	
10	112/04/17~ 112/04/23	期中考試週	
11	112/04/24~ 112/04/30	訂單處理及客服;報表處理	
12	112/05/01~ 112/05/07	社群行銷 (ch12,13,14)	
13	112/05/08~ 112/05/14	廣告投放	
14	112/05/15~ 112/05/21	O2O應用	
15	112/05/22~ 112/05/28	全通路虛實整合實例分析	
16	112/05/29~ 112/06/04	學習報告	
17	112/06/05~ 112/06/11	學習報告	
18	112/06/12~ 112/06/18	期末考試週	
修課應注意事項		<p>1.第一堂課請確切出席了解課程及報告及成績計算方式事宜。無法配合者請勿選課。</p> <p>2.第二週即進行分組討論，人數自行決定。團隊的資源主要為人數及時間。老師分組指導順序是以團隊的資源及報告品質為主。</p> <p>3.學期成績57~59分者，則視平時上課發言及討論予以調整分數(沒有其他事後補救方式)</p> <p>4.學期報告：          電商平台分析與品牌官網規劃          電商平台上架產品與經營規劃</p>	

教學設備	電腦、投影機
教科書與教材	電子商務一定要懂的的16堂課 吳燦銘著 2019 博碩文化 胡昭民 著、ZCT 策劃 網路行銷：SEO·社群·廣告·大數據·AI行銷·聊天機器人·Google Analytics的12堂必修課 2019 博碩文化
參考文獻	
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： 30.0 %   ◆平時評量：20.0 %   ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉：        %
備考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁→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>