

淡江大學 112 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	顧客關係管理	授課 教師	張心瑜 CHANG, HSINYU
	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)		
開課系級	資管四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLMXB4P		
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		
系（所）教育目標			
一、精進資訊管理知能。 二、提升資訊科技專業。 三、獨立思考邏輯分析。 四、強化團隊合作能力。 五、重視企業資訊倫理。 六、培育全球化世界觀。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 問題分析與關鍵思考。(比重：5.00) B. 企業基礎與實務知識。(比重：35.00) C. 資訊系統運用。(比重：35.00) D. 程式設計。(比重：5.00) E. 網路系統規劃。(比重：5.00) F. 資料庫設計與管理。(比重：5.00) G. 資訊系統分析、設計與整合。(比重：5.00) H. 專案管理。(比重：5.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：30.00) 2. 資訊運用。(比重：30.00) 3. 洞悉未來。(比重：15.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：5.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：5.00)			

8. 美學涵養。(比重：5.00)

課程簡介	顧客關係管理主要目的為－傳遞卓越的顧客價值以獲取企業利潤，而顧客關係管理的工作重點在於，協調內部功能活動以及利用外部網路資源來整合與強化顧客價值創造流程。實務上許多企業，已視顧客關係管理為企業文化與實務的核心，本課程引導學生從行銷面、技術面、管理面等，學習顧客關係管理的策略與作法。
	The purpose of customer relationship management (CRM) is to make firm profits by means of the delivery of superior customer value. CRM emphasizes on coordinating the activities of internal functions and on utilizing the resources of external networks in order to integrate and strengthen the processes of customer value creation. This course will guide students to learn about CRM strategy and methods through marketing, technology, and management dimensions.

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	本課程引導學生從行銷面、技術面、管理面等，學習顧客關係管理的策略與作法。	This course covers theory and development of CRM, customer data and information technology, impacts of CRM on marketing strategy, evaluation of CRM, and future challenges for CRM.
2	顧客關係管理主要目的為－傳遞卓越的顧客價值以獲取企業利潤，而顧客關係管理的工作重點在於，協調內部功能活動以及利用外部網路資源來整合與強化顧客價值創造流程。	The purpose of customer relationship management (CRM) is to make firm profits by means of the delivery of superior customer value. CRM emphasizes on coordinating the activities of internal functions and on utilizing the resources of external networks in order to integrate and strengthen the processes of customer value creation. This course will guide students to learn about CRM strategy and methods through marketing, technology, and management dimensions.
3	顧客關係管理主要目的為－傳遞卓越的顧客價值以獲取企業利潤，而顧客關係管理的工作重點在於，協調內部功能活動以及利用外部網路資源來整合與強化顧客價值創造流程。	The purpose of customer relationship management (CRM) is to make firm profits by means of the delivery of superior customer value. CRM emphasizes on coordinating the activities of internal functions and on utilizing the resources of external networks in order to integrate and strengthen the processes of customer value creation. This course will guide students to learn about CRM strategy and methods through marketing, technology, and management dimensions.

4	顧客關係管理主要目的為－傳遞卓越的顧客價值以獲取企業利潤，而顧客關係管理的工作重點在於，協調內部功能活動以及利用外部網路資源來整合與強化顧客價值創造流程。	The purpose of customer relationship management (CRM) is to make firm profits by means of the delivery of superior customer value. CRM emphasizes on coordinating the activities of internal functions and on utilizing the resources of external networks in order to integrate and strengthen the processes of customer value creation. This course will guide students to learn about CRM strategy and methods through marketing, technology, and management dimensions.
---	---	---

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	ABFGH	12345678	講述、討論、發表	測驗、作業、討論(含課堂、線上)
2	認知	ABCDEH	12345678	講述、討論、發表	測驗、作業、討論(含課堂、線上)
3	認知	AB	1234578	講述、討論、發表	測驗、作業、討論(含課堂、線上)
4	認知	ABH	12345678	講述、討論、發表	測驗、作業、討論(含課堂、線上)

授課進度表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	112/09/11~ 112/09/17	中秋節逢週六(補假一天)	
2	112/09/18~ 112/09/24	顧客關係管理導論	
3	112/09/25~ 112/10/01	顧客關係與顧客互動	
4	112/10/02~ 112/10/08	顧客價值	
5	112/10/09~ 112/10/15	策略與資源	
6	112/10/16~ 112/10/22	顧客互動流程與介面	
7	112/10/23~ 112/10/29	顧客資料分析工具	
8	112/10/30~ 112/11/05	制度與管理	
9	112/11/06~ 112/11/12	期中考試週	
10	112/11/13~ 112/11/19	顧客關係管理策略規劃	
11	112/11/20~ 112/11/26	顧客關係管理需求分析	
12	112/11/27~ 112/12/03	顧客關係管理系統設計與導入	
13	112/12/04~ 112/12/10	顧客關係管理實施	

14	112/12/11~ 112/12/17	顧客知識管理	
15	112/12/18~ 112/12/24	顧客關係管理創新方案之擬定	
16	112/12/25~ 112/12/31	總複習	
17	113/01/01~ 113/01/07	期末考試週	
18	113/01/08~ 113/01/14	教師彈性教學週(應安排學習活動如補救教學、專題學習或者其他教學內容，不得放假)	
課程培養 關鍵能力	資訊科技、問題解決		
跨領域課程	素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))		
特色教學 課程	專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	智慧財產(課程內容教授智慧財產) 綠色能源 永續議題		
修課應 注意事項			
教科書與 教材	自編教材:簡報、講義、影片 採用他人教材:簡報、講義、影片		
參考文獻	顧客關係管理(2019.12)第七版。徐茂練。全華書局		
學期成績 計算方式	◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆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。		