

淡江大學 112 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	(多位教師合開) 李月華 LEE, YUEH-HUA
	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	SDG4 優質教育		
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	本課程旨在透過電子商務的理論架構提供同學了解如何透過網路進行買賣的交易型態，並完成線上交易的相關行銷管理活動。課程內容涵蓋不同電子商務議題與個案分析，期使同學學習最新的電子商務概念與實務操作，搭配數位行銷活動及品牌設計掌握電商經營策略來增加流量、提高轉換率、拉高客單價和做好會員經營。
	This course is an Introduction to E-Commerce and E-Marketplaces and explore the essential concepts of electronic commerce. The subject is focus on EC applications, including E-Commerce Strategy and Implementation, Social Networks, e-CRM; new EC technology, Business Intelligence, and more information associated with buying and selling. The course features wide range of a broad spectrum of EC essentials from a global point of view.

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	能理解電子商務的基本學理知識	understanding the basic theory of Electronic Commerce
2	能運用電子商務概念並團隊合作完成廣告企劃	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	AB	1278	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	技能	CDE	3456	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	113/02/19~113/02/25	課程介紹及電子商務本概念	
2	113/02/26~113/03/03	電子商務的營運構面及相關機制-ch1-4	作業1:上架產品/服務分析(15%)
3	113/03/04~113/03/10	商務模式(STP+4P 科技)與基礎網路建設-ch5, 11,15	

4	113/03/11~ 113/03/17	電商網站建立/開辦事項及後台相關系統設立(電商平台及品牌電商)-ch6,16,17	作業2:上架各大平台分析(15%)
5	113/03/18~ 113/03/24	金流/物流建置/電商後台管理CMS-ch7,8,10	
6	113/03/25~ 113/03/31	圖案製作與攝影(業師)	
7	113/04/01~ 113/04/07	教學行政觀摩日	
8	113/04/08~ 113/04/14	互動設計(業師)	
9	113/04/15~ 113/04/21	網頁製作(SEO考量)/HTML + CSS介紹-ch11	作業3:上架產品至平台(15%)
10	113/04/22~ 113/04/28	報告:網頁製作成果	
11	113/04/29~ 113/05/05	廣告投放(業師)	
12	113/05/06~ 113/05/12	直播 /社群商務(業師)-ch12,13	
13	113/05/13~ 113/05/19	直播(業師)	
14	113/05/20~ 113/05/26	直播(業師)	作業4:直播(15%)
15	113/05/27~ 113/06/02	顧客關係管理/RFM分析-ch9	
16	113/06/03~ 113/06/09	行銷數據分析應用(購物籃分析)	
17	113/06/10~ 113/06/16	期末考試週(本學期期末考試日期為:113/6/11-113/6/17)	
18	113/06/17~ 113/06/23	-iclass 線上專題學習-洞察報告/GA分析	
課程培養 關鍵能力	自主學習、資訊科技、問題解決		
跨領域課程	STEAM課程(S科學、T科技、E工程、M數學，融入A人文藝術領域)		
特色教學 課程	專案實作課程 協同教學(校內多位老師、業師)課程		
課程 教授內容	邏輯思考		
修課應 注意事項	1.建議修過行銷管理及廣告學再修習此課程。若欲修此課程，請自習或複習這些課程。 2.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。 3.第三週即進行分組討論，人數4~8。請慎選組員。 4.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) 5.本課程不補點名、不補交作業、不補考。		

教科書與教材	自編教材:簡報 採用他人教材:教科書 教材說明: 電子商務與ChatGPT 吳燦銘著 2023博碩文化
參考文獻	Google Analytics的12堂必修課 2019 博碩文化
學期成績計算方式	◆出席率： 15.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：10.0 % ◆期末評量：15.0 % ◆其他〈作業4份〉：60.0 %
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。