

淡江大學 113 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	莊琇惠 CHUANG, HSIU-HUI
	CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)		
開課系級	企管一碩士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLCXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG11 永續城市與社區 SDG12 負責任的消費與生產		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、強化專業知識。 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. 能理解與善用企業管理學理。(比重：5.00) B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。(比重：40.00) C. 能溝通協調並團隊合作共同完成研究專案。(比重：5.00) D. 能整合資訊應用與服務解決企業管理相關問題。(比重：40.00) E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：5.00) F. 能運用外語增進管理專業成長。(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：20.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) 6. 樂活健康。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	本課程旨在介紹顧客關係管理(CRM)之理念與應用。透過概念講授、期刊討論，與Excel資料庫分析練習，進而了解客戶需求與購買行為模式，以此學生可理解並運用CRM之技巧，在實務上可維護及提升企業與客戶之間的關係和互動，最終為企業帶來獲利及永續發展。				
	This course aims to introduce the concepts and applications of Customer Relationship Management (CRM) to students. Through lectures on fundamental principles, discussions of journals' articles, and database analysis by using Excel, students will gain an understanding of customers' needs and purchasing behavior patterns. By equipping students with the ability to maintain and enhance interactions between a company and its customers, this course ultimately seeks to prepare students with crucial competencies to secure business profits and sustained growth.				
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	使學生了解顧客關係管理之理念與應用			To introduce the concepts and applications of Customer Relationship Management (CRM)	
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	ABCDEF	12345678	講述、討論	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、活動參與
授 課 進 度 表					
週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)			備註
1	114/02/17~ 114/02/23	Course introduction			
2	114/02/24~ 114/03/02	Introduction to CRM			
3	114/03/03~ 114/03/09	Understanding Relationships			
4	114/03/10~ 114/03/16	Managing the customer lifecycle - customer acquisition			

5	114/03/17~ 114/03/23	Managing the customer lifecycle – customer retention and development	
6	114/03/24~ 114/03/30	How to deliver customer-experienced value	
7	114/03/31~ 114/04/06	Managing customer experience & Customer portfolio management	Spring break
8	114/04/07~ 114/04/13	Database Marketing (Microsoft Office – Excel application)	
9	114/04/14~ 114/04/20	Midterm Week	
10	114/04/21~ 114/04/27	Guest speech	
11	114/04/28~ 114/05/04	Multichannel management	
12	114/05/05~ 114/05/11	Customer loyalty	
13	114/05/12~ 114/05/18	Field trip	
14	114/05/19~ 114/05/25	Planning to succeed	
15	114/05/26~ 114/06/01	Final presentation	
16	114/06/02~ 114/06/08	Final presentation	
17	114/06/09~ 114/06/15	Final exam week	
18	114/06/16~ 114/06/22	Flex week (Online)	
課程培養 關鍵能力		自主學習、資訊科技、社會參與、問題解決	
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容		邏輯思考 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、學習單 採用他人教材：講義、影片	

參考文獻	
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。