

淡江大學 99 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	張瑋倫 Chang Wei-lun
	ELECTRONIC COMMERCE		
開課系級	企管進學班三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMBXE3P		
學系(門)教育目標			
<p>一、開發研究潛能。</p> <p>二、培養管理專業。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、產業取向與實務訓練。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程將介紹電子商務基本概念，包含企業模式、策略、行銷、品牌、顧客關係管理、行動商務等議題，將電子商務理論與實際個案連結，並透過個案討論，使同學能夠充分理解電子商務實務運作情形，並且引導同學思考創新的電子商務模式。</p>		
	<p>This course introduces the concept of electronic commerce, including business model, strategy, marketing, branding, CRM, and mobile commerce issues. In addition, several cases will be discussed in accordance with the theory of electronic commerce. The purpose is to provide the linkage of theory and practice and guide the students to propose novel business models.</p>		

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如：「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	學生基本能力
1	1.瞭解電子商務概念	Overview of Electronic Commerce	C2	ACDG
2	2.認識電子商務市場結構	E-Marketplaces: Structures, Mechanisms, Economics, and Impacts	C4	ACDG
3	3.認識電子商務經營模式與策略	Business Model & Strategic Planning	C4	ACDG
4	4.認識網路行銷	Internet Marketing	C4	ACDG
5	5.瞭解電子商務環境中消費者行為	Consumer Behavior	C4	ACDG
6	6.瞭解電子商務環境價格制訂模式	Free Economics	C4	ACDG
7	7.認識網路品牌	Internet Branding	C4	ACDGH
8	8.瞭解電子商務中社交網路	Social Networking in Web 2.0	C4	ACDG
9	9.瞭解電子商務環境中顧客關係管理作法	CRM in EC environment	C4	ACDGH
10	10.認識網路智慧財產權	Intellectual Property	C4	ACDFG
11	11.認識行動商務及應用	Mobile Commerce	C4	ACDGH

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1.瞭解電子商務概念	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
2	2.認識電子商務市場結構	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
3	3.認識電子商務經營模式與策略	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論

4	4.認識網路行銷	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
5	5.瞭解電子商務環境中消費者行為	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
6	6.瞭解電子商務環境價格制訂模式	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
7	7.認識網路品牌	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
8	8.瞭解電子商務中社交網路	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
9	9.瞭解電子商務環境中顧客關係管理作法	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
10	10.認識網路智慧財產權	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
11	11.認識行動商務及應用	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論

授 課 進 度 表

週次	日期	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	Introduction	
2	09/20	Overview of Electronic Commerce	
3	09/27	E-Marketplaces: Structures, Mechanisms, Economics, and Impacts/ Case: Expedia	
4	10/04	Business Model & Strategic Planning/Case: Netflix	
5	10/11	Internet Marketing/Case: Flickr	
6	10/18	Consumer Behavior/Case: Gamania	
7	10/25	Free Economics/Case: Google	
8	11/01	Internet Branding/Case: Yahoo	
9	11/08	Social Networking in Web 2.0/Case: Twitter	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	CRM in EC environment/Case: PChome	
12	11/29	Intellectual Property/Case: KKBOX	
13	12/06	Mobile Commerce/Case: iTunes Store	
14	12/13	Industry Disruptors/Case: P2P Loan	
15	12/20	Case Presentation	
16	12/27	Case Presentation	
17	01/03	Case Presentation	

18	01/10	期末考試週	
修課應注意事項	<p>1. 本課程以報告取代考試，分為期中報告與期末報告：</p> <p>a. 期中報告以個人為單位，每位同學需選定分析個案，針對Business Model與Strategy進行分析(5 pages)，並於考試週前繳交(不需要上台報告)。</p> <p>b. Case Presentation以組為單位(5人一組)，目的在訓練同學利用所介紹之電子商務概念進行整體個案分析，同學可選定任何一週主題並挑選合適個案，此分析內容包含整學期個案(25 pages)，需上台報告並繳交Word與Powerpoint檔案。</p> <p>2. 每週上課均會以組為單位針對該週主題進行討論，請同學務必到課。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Electronic Commerce 5/e, (Turban, King, and Lang ), 2008		
參考書籍			
批改作業篇數	11 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	<p>◆平時考成績：10.0 %    ◆期中考成績：30.0 %    ◆期末考成績：30.0 %</p> <p>◆作業成績：          %</p> <p>◆其他〈個案討論〉：30.0 %</p>		
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：<a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁〈網址：<a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a>〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p><b>※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。</b></p>		