

[回上一頁](#) [列印](#)

國立高雄科技大學
NATIONAL KAOHSIUNG
UNIVERSITY OF SCIENCE
AND TECHNOLOGY
授課大綱 Syllabus

部別：日間部碩士

112學年度第2學期

列印日期：2024/03/04

中文課程名稱：顧客關係管理專題	英文課程名稱：Customer Relationship Management	授課教師：葉曉萍
開課班級：國管學程二甲	學分：3.0	授課時數：3.0
合班班級：國管學程一甲		實習時數：0.0

1. 中文教學目標(Chinese Teaching objectives)			
透過個案解析與個案探討，使顧客關係管理之學理與實務能得以並行			
2. 英文教學目標(English Teaching objectives)			
Let students understand theoretical and practical CRM through case studies.			
3. 中文教學綱要(Chinese CourseDescription)			
以個案方式以及學生分組討論方式進行			
4. 英文教學綱要(English CourseDescription)			
1. Case study 2. Team discussion			
5. 中文核心能力			
核心能力名稱(中)	核心能力名稱(英)	核心能力百分比	備註
瞭解企業實施組織再造的重要性			1. 瞭解企業實施組織再造的重要性 2. 瞭解管理在設計組織再造過程所扮演的重要角色 3. 瞭解IT在實施組織再造過程中所扮演的角色，同時學習各種執行企業再造的方法的優劣。
了解到國際間關於智慧財產權的政治、經濟與科技與法律的能力			讓學生了解國際間基本重要的智慧財產權規範，透過閱讀、討論與課堂報告，讓學生充分了解到國際間關於智慧財產權的政治、經濟與科技與法律面向
具備將應用供應鏈的相關方法於實際的環境中的能力			期望能探索有關供應鏈設計與管理的相關主要議題，而本課程之主要目標是介紹供應鏈管理的基礎理論與實務，隨著課程的進展，學生期能應用供應鏈的相關方法於實際的環境中。
國際投資與金融環境的意義，理論與實務的觀念			1. 國際投資與金融環境的意義，理論與實務。 2. 國際投資，資產計價與市場均衡。 3. 國際股票市場的投資。 4. 國際固定收益證券及衍生性金融商品的投資。 5. 國際投資的策略，組織與控管。
具備分析與規劃各個國際市場之資源運用能力			引導學習者在面對國際經營環境之差異下，設計一有效能的管理架構，使得企業能有效地整合其可運用的資源，以滿足各個國際市場的需求，進而建構企業的優勢地位以及達成企業的经营目標。
論文撰寫能力			蒐集國內博碩士論文，並研判有續後發展潛力之研究題目；以師生相承之訓練方式漸次培養

學生有獨立進行社會科學研究之能力。

英語能力

語文能文是所需具備的必要能力之一，用意在於加強學生全英文溝通能力(包括說、聽、讀、寫的能力)且規定畢業生須用英文撰寫畢業論文與進行口試。

無英文核心能力資料。

7. 教科書

中文書名：None 英文書名：None

中文作者： 英文作者：

2 中文出版社： 英文出版社：

出版日期：年 月 備註：

中文書名：無 英文書名：None

中文作者： 英文作者：

3 中文出版社： 英文出版社：

出版日期：年 月 備註：

8. 參考書

中文書名：None 英文書名：None

中文作者： 英文作者：

2 中文出版社： 英文出版社：

出版日期：年 月 備註：

9. 教學進度表

週次或項目 Week or Items	中文授課內容 Chinese Course Content	英文授課內容 English Course Content	分配節次 Assigned Classes	備註 Note
1	導論	Introduction	3	
2	介紹網際網路	Introduction to Internet and WWW	3	
3	亞馬遜以消費者為中心的思維	Amazon's customer centric business	3	
4	主題報告：口碑行銷	Special topic presentation: Marketing by Word of Mouth	3	
5	亞馬遜的Prime會員制	Amazon's Prime program	3	
6	主題報告：物聯網	Special topic presentation: Internet of Things	3	
7	亞馬遜的顧客價值	Amazon's customer values	3	
8	主題報告：精準行銷	Special topic presentation: Precision marketing	3	

9	Zappos購物平台	Zappos	3
10	主題報告：情境式行銷	Special topic presentation: Contextual marketing	3
11	遊戲化	Gamification	3
12	主題報告：全通路	Special topic presentation: Omni-channel	3
13	亞馬遜的商業模式	Amazon's business models	3
14	主題報告：商業生態圈	Special topic presentation: Business ecosystem	3
15	亞馬遜的數據文化與AWA	Amazon's culture of metrics and AWS	3
16	主題報告：網購的最後一哩路	Special topic presentation: The last mile of online shopping	3
17	主題報告：智慧零售	Special topic presentation: Smart retail	3
18	結論	Conclusion	3

10. 中文成績評定(Chinese Evaluation method)

分組討論平均

11. 英文成績評定(English Evaluation method)

Averaged team discussion and topic presentation

12. 中文課堂要求(Chinese Classroom requirements)

Class attendance

13. 英文課堂要求(English Classroom requirements)

Class attendance

14. 本課程與SDGs相關項目(This course is relevant to these of SDGs as following)

「遵守智慧財產權」；「不得非法影印」！