

100-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	顧客關係管理	科目序號 / 代號	2608 / BAB1015
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班3年1班
任課教師	陳首全	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(四)BCD / B202	授課語言別	中文

課程簡介

- 1.使學者者瞭解如何極大化顧客價值，並有系統地將焦點集中在關鍵顧客身上，累積成個人的專屬知識，並充分運用。
- 2.提供完整而豐富的經驗，使學習者能合理有效地評估顧客價值，強化企業獲利
- 3.使學習者瞭解CRM對現代企業經營之重要性，熟悉如何維繫良好顧客關係，產生顧客價值，進而創造企業競爭力與利益

課程大綱

- ch1顧客關係管理導論
- ch2顧客關係管理之經營策略
- ch3顧客關係管理之流程與關鍵步驟
- ch4顧客關係管理系統之建構
- ch5 CRM的核心議題與ERP/SCM及BI之整合應用
- ch6消費者行為
- ch7顧客關係之行銷
- ch8網路行銷、電子商務與顧客關係管理
- ch9行動商務與顧客關係管理
- ch10資料倉儲與顧客關係管理
- ch11資料採礦與顧客關係管理
- ch12顧客滿意、服務品質與自助式科技
- ch13品牌與顧客關係管理
- ch14顧客抱怨與顧客忠誠管理
- ch15顧客生命周期與顧客價值管理

基本能力或先修課程

行銷管理

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  管理專業能力
-  道德關懷
-  創造力
-  團隊合作能力
-  溝通能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
管理專業能力	50%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及實務能力	講述法 小組討論 個案討論 專題報告	期中考: 40% 期末考: 60%	加總: 100	50
道德關懷	10%	具備人文素養、同理心及對環境的關心	講述法 實務操作(實驗、上機或實習等)	課程參與度: 100%	加總: 100	10
創造力	10%	產生新穎想法並付諸實行的能力	講述法 小組討論 個案討論	期中考: 40% 期末考: 60%	加總: 100	10
團隊合作能力	10%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	小組討論	課堂討論: 100%	加總: 100	10
溝通能力	20%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	講述法 個案討論	課程參與度: 50% 上網次數: 50%	加總: 100	20

成績稽核

- 期末考: 36%
- 期中考: 24%
- 課程參與度: 20%
- 課堂討論: 10%
- 上網次數: 10%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
顧客關係管理	陳德富		滄海書局	0

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
----	----	----	-----	-----

無參考教材及專業期刊導讀

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程大綱說明;學期評分方式	100	0			0
2	ch1顧客關係管理導論	70	20			10
3	ch2顧客關係管理之經營策略	70	20			10
4	ch3顧客關係管理之流程與關鍵步驟	70	20			10
5	ch4顧客關係管理系統之建構	70	20			10
6	ch5CRM的核心議題與ERP/SCM及BI之整合應用	70	20			10
7	ch6顧客關係管理與消費者行為	70	20			10
8	ch7顧客關係管理之行銷	70	20			10
9	期中考	70	20			10
10	ch8網路行銷/電子商務與顧客關係管理	70	20			10
11	ch9行動商務與顧客關係管理	70	20			10
12	ch10資料倉儲與顧客關係管理	70	20			10
13	ch11資料探勘與顧客關係管理	70	20			10
14	ch12顧客滿意/服務品質與自助式科技	70	20			10
15	ch13品牌與顧客關係管理	70	20			10
16	ch14顧客抱怨與顧客忠誠管理	70	20			10
17	ch15顧客生命週期與顧客價值管理	70	20			10
18	期末考	70	20			10