

103-2 大葉大學 完整版課綱

基本資料

課程名稱	顧客關係管理	科目序號/代號	3016 /BAM4132
必選修/學分數	選修 /3	上課時段/地點	(二)789 /B502
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	曾耀煌 / 專任	畢業班/非畢業班	非畢業班
學制/系所/年班	大學日間部 / 企業管理學系 /3年1班		

課程簡介與目標

A. 管理學院SQ(Society Quotient: 社會智商)核心能力之四大構面(SCEP) :

- 1.S-解決問題能力(洞悉力,決策力,執行力)
- 2.C-溝通能力(傾聽能力,表達能力)
- 3.E-倫理觀(社會倫理,企業倫理,研究倫理)
- 4.P-專業能力(管理能力-強調商管知識與技能. 研究能力-強調商管研究專業)

B. 企管系教育目標

- 1.培育具管理專業能力,擅長溝通,團隊合作,具道德關懷勇氣及創造力之中堅管理人才,而為企業所樂於雇用.
- 2.落實管理理論與經營實務並重之學習

C.企管系核心能力:[占課程之比重]

S(Problem-solving, 解決問題能力) - - Cooperation, Creativity(團隊合作,創造力) : [20%]

C(Communication, 溝通能力) - - Communication(溝通能力) : [20%]

E(Ethics, 倫理觀) - - Concernment(道德關懷) : [10%]

P(Profession, 專業能力) - - Capability(管理專業能力) : [50%]=> 一般管理能力, 整合能力,創新能力,診斷改善能力,策略

規劃能力.

依據企管系教育目標,本課程以培養學生之專業能力為主要目標(P),透過課堂講授方式,傳達學生顧客關係與人際關係之專業知識. 同時,為培養學生之倫理觀(E),課程中亦將加入消費者行為與建構素養等題材,使學生未來於職場能發揮創造能力,即知識開發之潛能. 課程亦將規劃分組討論. 企盼藉由小組討論,訓練學生團隊合作之能力,透過團隊合作,解決問題. 並藉由課堂所吸收之專業知識,尋求問題解決之道,以培養學生解決問題之能力(S). 小組討論之結果將由口頭報告與書面報告呈現,以訓練學生之溝通能力(C). 本課程設計之另一目標在輔導學生發揮人際關係建構能力,以增加學生之人際互動與快速反應能力.

課程特色 :

1. 結合理論與實務的教學.
2. 產學合作與企業參訪.

本課程期望學生 :

1. 培養學生對顧客關係認識與興趣.
2. 增進學生對顧客關係基本要素之瞭解與實務運用.
3. 藉由觀摩參訪機會,提供學生觀察,評估解說知識實務運作狀況.

課程大綱

本課程主要在強調"整合創新能力","診斷改善能力","策略規劃能力"三項專業能力,並依據院,系核心能力(S-團隊合作與創造力,C-溝通能力,I-創新,P-專業能力),計畫於每一週培養之核心能力分述如下:

第一週 S CEP

第二週 SP

第三週 SP

第四週 SCP

第五週 SCP

第六週 SCP

第七週 SCP

第八週 SCP

第九週 SP

第十週 SCP

第十一週 CEP

第十二週 SEP

第十三週 SEP

第十四週 SP

第十五週 SCP

第十六週 SEP

第十七週 SEP

第十八週 SP

基本能力或先修課程

無

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  創造力
-  關懷力
- 專業能力
-  溝通力
-  專業力
-  合作力

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 】
溝通力	10		個案討論	分組報告: 70% 課堂討論: 30%	加總: 100	10
專業力	60		講述法 實務操作(實 驗、上機或 實習等)	小考: 20% 期中考: 20% 實驗操作: 30% 專業證照考取: 30%	加總: 100	60
合作力	10		講述法 專題演講	小組合作狀況: 50% 實驗操作: 50%	加總: 100	10
創造力	10		講述法 專題演講	期中考: 20% 實驗操作: 50% 專業證照考取: 30%	加總: 100	10
關懷力	10		講述法	期中考: 20% 課程參與度: 60% 實驗操作: 20%	加總: 100	10

成績稽核

實驗操作: 30%
專業證照考取: 21%
期中考: 16%
小考: 12%
分組報告: 7%
課程參與度: 6%
小組合作狀況: 5%
課堂討論: 3%

書籍類別 (尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書籍類別	書名	作者
教科書	Customer Relationship Management: Integrating cloud applications and services, prospects cultural undertakings	Mei Chun Chen

上課進度

週次	教學內容	教學策略
1	第1章：顧客關係管理導論 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
2	第2章：了解顧客本質與消費行為	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
3	第3章：顧客關係管理的銷售與行銷第4章：建立顧客關係管理導向的策略規劃	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
4	業師演講	專題演講
5	第5章：設計顧客服務與支援管理的新流程	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
6	第6章：建立顧客經驗與創造顧客價值	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
7	第7章：發展、維繫、強化顧客關係	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
8	第8章：建立顧客忠誠度計畫第9章：顧客不滿意與抱怨的處理	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
9	期中考	考試
10	業師演講	專題演講
11	第10章：顧客關係管理的評估與衡量	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
12	第11章：資料庫行銷與應用	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
13	第12章：建立顧客資料倉儲與資料探勘	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
14	第13章：商業智慧在顧客關係管理的應用	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
15	第14章：顧客關係在行動商務與雲端運算的應用	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
16	業師演講	專題演講
17	複習	講述法、實務操作(實驗、上機或實習等)
18	期末考	CRM證照考試