

## 98-2 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	1692 / IMM3049
開課系所	資訊管理學系	學制 / 班級	大學日間部4年1班
任課教師	李俊德	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(一)4 / B201 (四)56 / B201	授課語言別	中文

### 課程簡介

#### A. 資訊管理學系(碩士班)之教育目標：

資管系(所)培育之人才必須同時兼具

1. 管理知識與資訊專業能力
2. 理論基礎與實務實作能力
3. 研究分析與跨域整合能力
4. 服務業e化之應用能力

#### B. 資訊管理學系(碩士班)之系所課程特色：

1. 強調服務業管理know how
2. 強化學生 e 化應用能力
3. 培養學生在資訊科技的規劃、分析、設計與操作之應用能力

#### C. 資訊管理學系(碩士班)之系所核心能力：

##### 1.專業能力：資管系強調以下之專業能力

(1)管理專業

(2)研究專業： 大學部：整合應用專業，研究所：學術研究專業

(3)資訊技術專業

2. 解決問題能力(執行力、決策力、洞析力)：資管系強調「分析能力(探索的能力)」

3. 溝通能力(傾聽能力、表達能力)：資管系強調「協調能力：技術與管理間的協調能力」

4. 倫理觀(社會倫理、企業倫理、研究倫理)

課程目標：

1. 培養學生對顧客關係管理及相關證照之認識與興趣(A1、A2、A3、C1、C2)
2. 增進學生對資訊系統在顧客關係管理的重要性之理解(A1、A2、A3、A4、B1、C1、C3)
3. 透過實例模擬討論、圖書館相關資料查詢、期末上台專題報告培養學生分析、探索與表達能力(A1、A2、A3、A4、B1、C1、C2、C3)

### 課程大綱

1. The Nature of Customer Relationship Management
2. Understanding Customer Differences
3. Information Technology and Collecting Customer Data
4. The CRM Data Warehouse
5. Customer Loyalty

6. Customer Retention Strategies
- 期中考
7. Winback and Acquisition Strategies
8. Sales Force Automation and Automated Customer Service Centers
9. The Basics of Data Mining, Online Analytical Processing, and Information Presentation
10. Measuring Customer Satisfaction and Loyalty
11. Issues for Implementing CRM Systems
12. 商業管理職能認證體系(BMC)的CRM證照與CRM軟體介紹
13. 專題報告及討論
- 期末考

### 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

### 成績稽核

### 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
無參考教科書				

### 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	The Nature of Customer Relationship Management					
2	Understanding Customer Differences					
3	Understanding Customer Differences					
4	Information Technology and Collecting Customer Data					
5	The CRM Data Warehouse					
6	The CRM Data Warehouse					
7	Customer Loyalty					
8	Customer Loyalty					
9	期中考					
10	Customer Retention Strategies					
11	Winback and Acquisition Strategies					

12	Winback and Acquisition Strategies					
13	Sales Force Automation and Automated Customer Service Centers					
14	The Basics of Data Mining, Online Analytical Processing, and Information Presentation					
15	The Basics of Data Mining, Online Analytical Processing, and Information Presentation					
16	Measuring Customer Satisfaction and Loyalty					
17	Measuring Customer Satisfaction and Loyalty					
18	Issues for Implementing CRM Systems	100	0	0	0	0

---