

朝陽科技大學
103學年度第1學期教學大綱

| | | | |
|------|------|------|-----------|
| 當期課號 | 3561 | 中文科名 | 顧客關係管理系統 |
| 授課教師 | 廖倫豪 | 開課單位 | 資訊管理系 |
| 學分數 | 3 | 修課時數 | 3 |
| | | 開課班級 | 四年制4年級 A班 |
| 修習別 | 專業選修 | | |
| 類別 | 一般課程 | | |

| 本課程與系所培養學生核心能力關聯度 | 高度 關聯 | 中高 關聯 | 中度 關聯 | 中低 關聯 | 低度 關聯 |
|----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 管理知能於組織資源之運用能力。 | | | | | |
| 資訊技能於資訊系統之應用能力。 | | | | | |
| 專業倫理與團隊合作協調能力。 | | | | | |
| 資訊管理相關時事議題認知與自主學習能力。 | | | | | |

本課程培養學生下列知識：

1、知識：讓學生瞭解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 2、技能：使學生認識並掌握企業分析、導入、執行及控制CRM的實際能力，以及所能夠運用的相關資訊技術 3、態度：培養學生從顧客服務的角度出發，及活用所習得知識創造企業競爭力與利益 4、其他：了解企業運用CRM的現況及趨勢

- 1.讓學生習得顧客關係管理的基礎知識
- 2.讓學生習得資訊科技應用於顧客關係管理的相關知識
- 3.讓學生了解顧客關係管理與相關的顧客關係管理系統
- 4.讓學生可以將所習得的資訊科技與管理知識運用至顧客關係管理上
- 5.藉由相關個案與科技產業新聞的討論培養學生團隊合作與互相學習的能力

The major subjects of this course are as follows: As marketing environments become more complicated, market scopes keep expanding, business face keen market competitions. Marketing managers need sufficient, timely, and reliable marketing information as references for making marketing decisions and plans. The topics of this course are comprised of value of marketing information, marketing information system, research planning, marketing information gathering, analysis of marketing information, and predictions using marketing information. The emphasis is on the collection and analysis of marketing information. Important concepts and techniques which includes questionnaire design, experiments design, visiting, and various statistic methods will be lectured. These issues provide appropriate marketing information and the quality of marketing decisions is increased. In summary, the correctness of marketing decisions lie on the provision of complete marketing information. The objective of this course is to give an in-depth understanding of various concepts and techniques of marketing information, which can be applied to improve the efficiency and performance of marketing decisions.

每週授課主題

- 第01週：課程簡介
- 第02週：第1章 顧客關係管理導論
- 第03週：第2章 顧客關係管理之經營策略
- 第04週：第3章 顧客關係管理之流程與關鍵步驟
- 第05週：第4章 顧客關係管理系統之構建
- 第06週：第5章 CRM 的核心議題與 ERP、SCM 及 BI 之整合應用
- 第07週：第6章 顧客關係管理與消費者行為
- 第08週：第7章 顧客關係管理之行銷
- 第09週：期中考
- 第10週：第8章 網路行銷、電子商務與顧客關係管理
- 第11週：第9章 行動商務與顧客關係管理
- 第12週：第10章 資料倉儲與顧客關係管理
- 第13週：第11章 資料探勘與顧客關係管理
- 第14週：第12章 顧客滿意、服務品質與自助式科技
- 第15週：第13章 品牌與顧客關係管理
- 第16週：第14章 顧客抱怨與顧客忠誠管理
- 第17週：第15章 顧客生命週期與顧客價值管理
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 平時作業及出席：30%
期中考：30%
期末考：40%

證照、國家考試及競賽關係

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

主要教材

1. 書名：顧客關係管理 作者：陳德富 出版社：滄海書局 ISBN：978-986-5937-63-8 出版年：2013/9 版次：二版一刷 (教科書)

參考資料

書名：顧客關係管理 作者：陳德富 出版年(西元)：2013 出版社：滄海書局

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~liao.howard/>

E-Mail：liao.howard@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。