

朝陽科技大學
105學年度第2學期教學大綱

當期課號	7042	中文科名	顧客關係管理研究
授課教師	徐茂練	開課單位	企業管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	日間部碩士班1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能力指標關聯度：

核心能力	能力指標	關聯度		
		高度關聯	中度關聯	低度關聯
自主學習與終身學習態度。	自主學習			✓
創新策略與經營模式之規劃與執行能力。	行銷企劃及管理事務規劃與執行	✓		
創新策略與經營模式之規劃與執行能力。	資訊管理事務規劃與執行		✓	
創新策略與經營模式之規劃與執行能力。	業務拓展及管理事務規劃與執行	✓		

本課程培養學生下列知識：

本課程主要目的是了解企業應該如何與顧客之互動，方能獲得顧客的滿意及忠誠回應而產生終身價值，進而提昇企業獲利。企業欲與顧客有效互動，需要有良好的目標、流程、工具及服務介面等元件，本課程探討企業如何有效規劃及設計這些元件，以便做好顧客關係管理(CRM)，並協助有興趣於顧客關係管理研究的同學尋找研究主題。

- 1.了解資訊技術與關係行銷之知識，建立CRM架構及規劃CRM系統之知識。
- 2.培養學生分析、規劃顧客關係管理相關議題、以及擬定研究主題之技能。
- 3.藉由CRM個案、CRM主題規劃、研究主題之討論，養成學生自主學習與團隊合作之態度。

The purpose of this course is to understand how the business interact with their customers. The effectiveness of customer interaction can make the customer satisfied and loyal, and established life cycle relationship with the business. The components of customer relationship management(CRM) include objective, service, tools, and, service encounter. The planning and design of these components will be discussed in our course.

每週授課主題

- 第01週：課程介紹，顧客關係管理導論(Ch1)
- 第02週：顧客關係管理的本質(Ch2)
- 第03週：顧客價值(Ch3)
- 第04週：策略與目標(Ch4)
- 第05週：顧客互動(Ch5)
- 第06週：顧客資料分析工具(Ch6)
- 第07週：制度與管理(Ch7)
- 第08週：實施團隊與規劃流程(Ch8)
- 第09週：期末報告之構想發表
- 第10週：CRM策略規劃(Ch9)
- 第11週：CRM需求分析(Ch10)
- 第12週：CRM設計與導入(Ch11)
- 第13週：CRM實施(Ch12)
- 第14週：顧客知識管理(Ch13)
- 第15週：CRM創意方案之擬定(Ch14)
- 第16週：CRM議題與趨勢(Ch15)
- 第17週：文獻報告
- 第18週：期末報告：顧客互動方案或忠誠度方案之設計

成績及評量方式

- 平時成績：20%
- 個案討論：30%
- 文獻報告：20%
- 期末報告：30%

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.顧客關係管理，第六版徐茂練(2016)新北市：全華圖書(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

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/~mlshyu/>

E-Mail：mlshyu@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期一,第3~4節,地點:T2-927;

星期四,第3~4節,地點:T2-927;

分機:4222

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。