

## 南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	70D25M01
課程中文名稱	顧客關係管理
課程英文名稱	Customer Relationship Management
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	二技企管三甲 四技企電三甲
任課教師	王姿力
上課教室(時間)	週三第 1 節(S303) 週三第 2 節(S303) 週三第 3 節(S303)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	本課程介紹顧客關係管理(CRM)議題的基本概念面、經營管理面、核心功能面、顧客生命週期面、技術面。並以理論與實務並重為導向，涵蓋重要的理論基礎與實用的實務內容，提供相關個案教學呼應理論與產業實務系統的操作，加強學生對 CRM 實務應用的認知。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標</p> <p>-----</p> <p>1.以顧客價值為導向的觀點與思維，Gained an understanding of key concepts, technologies and best practices of CRM，3 行銷與業務知識</p> <p>2.了解顧客關係管理領域的前景與挑戰，To understanding the prospects and challenges in the field of customer relationship management，5 作業管理知識</p> <p>3.善用科技工具做好顧客關係管理，Knowledge of CRM customer data acquisition, Management, research analysis and use，9 資訊科技應用能力</p> <p>4.探究顧客關係管理的個案與績效的評析，To explore the case of CRM and performance evaluation，7 整合與企劃</p>
中文課程大綱	<p>1.顧客關係管理導論。</p> <p>2.顧客關係管理之經營策略。</p> <p>3.顧客關係管理之流程與關鍵步驟。</p>

	<p>4.顧客關係管理系統之構建。</p> <p>5.CRM 的核心議題與 ERP、SCM 及 BI 之整合應用。</p> <p>6.顧客關係管理與消費者行為。</p> <p>7.顧客關係管理之行銷。</p> <p>8.網路行銷、電子商務與顧客關係管理。</p> <p>9.行動商務與顧客關係管理。</p> <p>10.資料倉儲與顧客關係管理。</p> <p>11.資料採礦與顧客關係管理。</p> <p>12.顧客滿意、服務品質與自助式科技。</p> <p>13.品牌與顧客關係管理。</p> <p>14.顧客抱怨與顧客忠誠管理。</p> <p>15.顧客生命周期與顧客價值管理。</p>
英/日文課程大綱	
課程進度表	<p>Week 1:顧客關係管理導論</p> <p>Week 2:顧客價值與消費者行為</p> <p>Week 3:顧客生命週期之顧客獲取:發展顧客關係</p> <p>Week 4:顧客生命週期之顧客增強:讓顧客關係更有利可圖</p> <p>Week 5:顧客生命週期之顧客維繫:維持顧客關係</p> <p>Week 6:顧客關係管理之策略思維</p> <p>Week 7:顧客關係管理之經營手法</p> <p>Week 8:顧客關係管理之行銷管理</p> <p>Week 9:期中考</p> <p>Week 10:顧客關係管理之銷售管理</p> <p>Week 11:顧客關係管理之顧客服務與支援管理</p> <p>Week 12:顧客關係管理之顧客經驗管理</p> <p>Week 13:顧客關係管理之門市服務</p> <p>Week 14:顧客關係管理與資訊科技</p> <p>Week 15:職場倫理與法律議題</p> <p>Week 16:個案報告 I</p> <p>Week 17:個案報告 II</p> <p>Week 18:期末考</p>
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>以顧客價值為導向的觀點與思維，課堂講授，課堂展演      了解顧客關係管理領域的前景與挑戰，分組討論，口頭報告      善用科技工具做好顧客關係管理，課堂講授，課堂展演      探究顧客關係管理的個案與績效的評析，分組討論，筆試</p>
指定用書	<p>書名：顧客關係管理應用與認證</p> <p>作者：劉文良</p>

	書局：碁峯 年份：2014 ISBN：978-986-347-321-3 版本：9
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	