

重新查詢

友善列印

0982學期 課程基本資料

系所 / 年級	經管系 3年級	課號 / 班別	82U00054 / B
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	顧客關係管理	科目英文名稱	Customer Relationship Management
主要授課老師	張又心	開課期間	一學年之下學期
人數上限	60 人	已選人數	34人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / A204 / 星期2第09節
第1週 / 第18週 / A204 / 星期2第08節
第1週 / 第18週 / A204 / 星期2第07節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要

一、教學目標(Objective)

在所有企業都是電子化企業(e-business)的今天，面對一日千里的企業e化科技，管理者必須掌握最新及最流行的技術，以發展符合潮流的策略。本課程透過邏輯化的組織、紮實的理論基礎、以及個案研討，以簡單清楚的說明方式，帶領同學輕鬆學習複雜、多變的顧客關係管理課程。

二、先修科目(Pre Course)

無

三、教材內容(Outline)

今天的企業，只有瞭解顧客、滿足顧客，甚至預測顧客的需求，才能夠在捉摸不定的市場變動中，長期占有一席之地。本課程融合業界與學界的實務經驗，以顧客關係管理概念面、策略面、顧客生命週期面、企業功能面、科技面、以及重要議題等各種角度來探討顧客關係管理的不同風貌。

四、教學方式(Teaching Method)

採用指定上課教材，搭配個案教學、研討、媒體運用、專題報告

《顧客關係管理e思維》(湯宗泰、劉文良、藍天雄著)，博碩文化出版，2007年9月

五、參考書目(Reference)

參考書籍：

1. 張瑞芬, 2007, 顧客服務管理：CRM實戰理論與實務, 華泰文化
2. 洪育忠譯, 2007, 顧客關係管理：資料庫行銷方法之應用(Kumar/ Customer Relationship Management 1/e), 華泰文化
3. Donaldson, Strategic Market Relationships: From Strategy to Implementation, 2002, 華泰文化代理

2010/2/23 教學目標,課程簡介與評量方式說明, 學生分組

2010/3/2 顧客關係管理的現況與趨勢

2010/3/9 顧客關係管理的經營策略

2010/3/16 顧客價值與消費者行爲

2010/3/23 關係行銷與關係資產管理(RAM)

六、教學進度(Syllabi)

2010/3/30 顧客調查
2010/4/6 顧客獲取—發展顧客關係
2010/4/13 顧客維繫—增強顧客關係
2010/4/20 期中報告
2010/4/27 CRM的執行
2010/5/4 CRM的行銷
2010/5/11 CRM的銷售
2010/5/18 CRM的顧客服務與支援
2010/5/25 CRM的顧客經驗管理
2010/6/1 以顧客為中心的資料倉儲
2010/6/8 顧客資料探勘
2010/6/15 期末報告
2010/6/22 期末報告

七、評量方式(Evaluation)

平時成績：40% (出席20%，個案討論與發言20%) 期中報告：30% (主題書籍分組報告) 期末報告：30% (個案專題報告)

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢