

開南大學 95 年度第 二 學期 風險管理 學系科目教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
108810090	中文：電子商務	李艾安	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	一年班	3	3
	英文: Electronic Commerce	先修課程				
教學目標與內容	本課程架構是從產業電子化的角度談起，並思考如何藉由ERP、SCM、CRM三大利器，實現協同商務的精神，達到產品數位化、流程電子化、人員虛擬化、環境網路化，再結合網路行銷、擬定電子商務策略，進而提升網路購物意願、鞏固顧客關係、創造企業價值。此外，對於電子商務未來的發展趨勢與全球化議題，諸如行動商務、電視商務、電子化採購、製商整合、數位內容、網上學習、無線網路資訊、RFID技術發展架構等，本課程均將逐一論述。					
實施方法	X 講解法。 <input type="checkbox"/> 實作法。 <input type="checkbox"/> 討論法。 <input type="checkbox"/> 演習法。 <input type="checkbox"/> 問答法。 <input type="checkbox"/> 其他 ()。					
評量方式	期中測驗 30%。 期末測驗 30%。 平時成績 40%。 其他 () 成績 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> %。					
授課使用及參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。 林豪鏞著、電子商務、初版、旗標出版股份有限公司、台北市、95年6月版、(1-1)頁-(22-34)頁					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
第一週：電子商務簡介						
第二週：電子商務經營個案						
第三週：商業自動化 製商整合：協同商務、產業電子化之人才培育						
第四週：企業資源規劃ERP						
第五週：物流管理與全球運籌管理 供應鏈管理SCM						
第六週：電子化採購與電子交易市集 電子商店規劃與設計						
第七週：網路行銷						
第八週：顧客關係管理CRM 資料探勘、商業智慧、知識管理						
第九週：期中考						
第十週：網上學習與數位內容 網際網路科技						
第十一週：資訊安全與線上付款機制						
第十二週：RFID：無線射頻辨識系統						
第十三週：電子商務技術						
第十四週：行動商務與無線通訊						
第十五週：隨選服務						
第十六週：數位電視商務						
第十七週：電子商務相關法律議題 電子化政府與單一服務窗口						
第十八週：期末考						
說明：1.授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。2.本表於91.4.23第四次校課程委員會討論通過。 <small>Design group</small>						

課程委員會召集人：

授課教師：

李艾安



96. 3. -9

課務組 郭惠珊 辦事員