

開南大學 96 年度第 2 學期 國際企業學系 教學計劃表

課程編號	1 0 2 0 2 0 0 1 0	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	授課教師： 郭晉源 老師
班次	01		老師 e-mail : cykuo@mail.knu.edu.tw
開課系所：	國際企業學系		老師分機：6078
年級班別：	三年 A 班		
課程名稱(中文)		學分數	課程名稱(英文)
顧客關係管理		3	Customer Relationship Management
教學目標與內容	本課程目標為協助學生瞭解顧客關係管理概念和學習解決顧客關係管理問題的分析工具，並深入探討資料探礦對於顧客關係管理各環節之影響及其所扮演的角色。並透過個案之研討使學生實際知道真實公司之顧客關係管理及規劃模式，課堂中並邀請產業人士進行演講，強化實務與理論之結合。		
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法。 <input type="checkbox"/> 實作法。 <input checked="" type="checkbox"/> 討論法。 <input type="checkbox"/> 演習法。 <input checked="" type="checkbox"/> 問答法。		
評量方式	期中測驗 40% 。 期末報告 40% 。 平時成績(作業及出席率) 20% 。		
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)。		
	教科書： V. Kumar and Werner J. Reinartz , 2006, Customer Relationship Management: A Databased Approach, John Wiley & Sons , Inc, The United States of America. ISBN:0-471-27133-0		
科目簡介(含課程大綱及教學進度)：			
第 1 週、課程介紹	第 10 週、Designing Loyalty Programs		
第 2 週、CRM, Database Marketing, and Customer Value	第 11 週、Effectiveness of Loyalty Programs		
第 3 週、CRM Industry Landscape	第 12 週、Data Mining		
第 4 週、Strategic CRM	第 13 週、Campaign Management		
第 5 週、Implementing The CRM Strategy	第 14 週、Applications of Database Marketing in B-to- C and B -to- B Scenarios		
第 6 週、Introduction to Customer-Based Marketing Metrics	第 15 週、Applications of Customer Value Framework to Marketing Decisions		
第 7 週、Customer Value Metrics – Concepts and Practices	第 16 週、Impact of CRM on Marketing Channels		
第 8 週、Using Databases	第 17 週、Case study		
第 9 週、期中考試	第 18 週、期末報告		
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。			

課程委員會召集人：

國企系主任 謝雅惠

授課教師： 郭晉源

課務組 郭惠嫻 辦事

課務組 郭惠嫻 收文