

開南管理學院 94 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
	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)。 林豪鏘著、電子商務、初版、旗標出版股份有限公司、台北市、94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：第一章 電子商務簡介						
第二週：第二章 電子商務經營個案						
第三週：第三章 商業自動化 第四章 製商整合：協同商務、產業電子化之人才培育						
第四週：第五章 企業資源規劃ERP						
第五週：第六章 物流管理與全球運籌管理 第七章 供應鏈管理SCM						
第六週：第八章 電子化採購與電子交易市集 第九章 電子商店規劃與設計						
第七週：第十章 網路行銷						
第八週：第十一章 顧客關係管理CRM 第十二章 資料探勘、商業智慧、知識管理						
第九週：期中考						
第十週：第十三章 網上學習與數位內容 第十四章 網際網路科技						
第十一週：第十五章 資訊安全與線上付款機制						
第十二週：第十六章 RFID：無線射頻辨識系統						
第十三週：第十七章 電子商務技術						
第十四週：第十八章 行動商務與無線通訊						
第十五週：第十九章 隨選服務						
第十六週：第二十章 數位電視商務						
第十七週：第廿一章 電子商務相關法律議題 第廿二章 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。 Designer jimmy						

課程委員會召集人：

授課教師：

李艾安

