

美和科技大學



企業管理系

課程規範

課程名稱：

顧客關係管理

中華民國 114 年 8 月制定

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	顧客關係管理	
	英文	Customer Relationship Management	
適用學制	二技	必選修	選修
適用部別	進修部	學分數	2/2
適用系科別	企業管理系	學期/學年	學期
適用年級/班級	三年級/甲、乙班	先修科目或先備能力	無

2. 企業管理系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「專業職能」為目標。

「企業經營管理—行政支援」專業職能	就業途徑	職能 (請依各系設定之目標人才，至 UCAN 系統查詢所屬之專業職能後填入)
	電話客服類 人員	傾聽並能迅速回覆顧客問題解決客戶疑問、顧客意見登入，及客服人員自身意見提供，以供公司做改進、承諾顧客之事項後續處理，相關需求表單填寫等、定期與主管檢視顧客滿意度，並調整日後客服技巧改善及調整。
	客戶服務企 劃人員	依據產品及服務知識，分析客戶需求，以企劃、制訂客戶服務標準作業流程及措施。
	客戶服務助 理	依照組織規定的客服作業流程，協助客戶服務並處理相關資訊。
	業務人員	針對企業、團體，從事商品或服務之國內銷售、業務推廣等工作。客戶拜訪開發並推銷產品。依顧客需求做報價及簽約。顧客售後滿意度維持 (如：顧客抱怨及問題反應處理、維持顧客對公司及業務員信賴度)。顧客意見回饋以供公司改善參考。

3. 課程對應之 UCAN 職能

課程	職能	專業職能 M	專業職能 A
顧客關係管理		1.顧客關係管理的核心觀念 2.顧客關係的管理原則 3.服務金三角 4.服務品質與服務接觸	1.消費者行為 2.消費者抱怨行為 3.服務失誤與服務補救

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

4. 教學目標

本課程可以達到以下目標：

1. 使學生了解顧客關係的核心觀念及管理原則。
2. 培養學生分析消費者行為、抱怨行為、服務失誤與服務補救的能力。
3. 提升學生未來擔任顧客服務相關職務的專業職能。

5. 課程描述

5.1 課程說明

本課程旨在探討顧客關係管理（Customer Relationship Management, CRM）的理論與實務應用。課程內容涵蓋顧客關係管理的核心觀念、顧客關係的管理原則，以及服務金三角理論等重要主題。此外，也將深入探討服務品質與服務接觸，並分析消費者行為、消費者抱怨行為、服務失誤與服務補救等與顧客互動相關的課題。課程規劃中，部分單元亦會涉及企業規劃、競爭策略、目標市場選定、以及服務品質相關理論（如：服務品質缺口模型、認知失調理論）等次要職能領域。教學方式將採講述教學與個案研討，旨在培養學生具備「企業經營管理-行政支援」所需的專業職能，例如：電話客服、客戶服務企劃等相關能力。

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	課程簡介		2
2	顧客關係管理的核心觀念	M	2
3	顧客關係管理的核心觀念	M	2
4	顧客關係的管理原則	M	2
5	服務金三角理論	M	2
6	企業規劃與公司策略	A	2

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
7	企業規劃與競爭策略	A	2
8	顧客關係與目標市場選定	A	2
9	期中考試		2
10	消費者行為	A	2
11	服務品質缺口模型理論	A	2
12	認知失調理論	A	2
13	服務品質與服務接觸	M	2
14	服務品質與服務接觸	M	2
15	消費者抱怨行為	A	2
16	服務失誤與服務補救	A	2
17	服務失誤與服務補救	A	2
18	期末考試		2

5.3 教學活動

- (1) 講述教學
- (2) 個案研討

6. 成績評量方式

期中考：30%

期末考：30%

平時成績(出席率，課堂表現)：40%

7. 教學輔導

7.1 課業輔導/補救教學對象：

- 1.缺課學生。2.期中不及格學生。

7.2 課業輔導/補救教學之實施

課業輔導與補救教學的實施方式：

藉由課堂觀察與下課時間與學生自由交談，了解其學習成效，作為授課內容修正之參考，並且運用課輔時間（Office Hours）個別指導同學。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：授課教師 office hour
- ◆ 輔導老師聯繫方式：
 - (1). 授課教師：
 - (2). 校內分機：
 - (3). 授課教師 email：
 - (4). 教師研究室：