

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 115 年 4 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	四技	必選修	選修
適用部別	日間部	學分數	2
適用系科別	企管系	學期/學年	學期
適用年級/班級	二年甲班	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。

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)
	一般管理	A1-掌握企業營運與交易相關法規。
	一般管理	A2-分析經營環境、擬定經營策略與模式。
	一般管理	A3-擬定行銷計畫及業務流程。
	一般管理	A4-訂定生產流程與作業計畫。
	一般管理	A5-規劃並執行人力資源管理。
	一般管理	A6-進行財務分析與管理。
	一般管理	A7-進行新產品或服務的開發。

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		A3-擬定行銷計畫及業務流程。

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) 建立學生對顧客關係管理（CRM）之基本概念與理論架構之認知。
- (2) 培養學生規劃行銷活動與顧客經營流程之能力。
- (3) 提升學生分析市場環境與顧客需求之能力，以支援企業經營策略之擬定。
- (4) 培養學生結合顧客需求進行新產品或服務規劃之能力。

5. 課程描述

5.1 課程說明

本課程旨在探討企業如何透過顧客關係管理建立長期且具價值的顧客關係。課程內容涵蓋顧客關係管理之基本概念、顧客資料分析、顧客價值評估、顧客分群、行銷策略規劃及顧客體驗管理等主題。課程以「數據導向與實務應用」為核心，結合理論講授與案例分析，說明企業如何透過顧客資料分析與數位工具，制定有效之行銷策略與業務流程。並進一步探討如何運用顧客洞察進行產品或服務創新，以提升企業競爭力。

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	課程介紹與 CRM 概論	基本概念建立	2
2	顧客關係管理發展與趨勢	經營環境分析 (A2)	2
3	顧客價值與顧客終身價值	顧客分析能力	2
4	顧客資料蒐集與管理	資料應用能力	2
5	顧客分群與市場區隔	行銷規劃能力 (A3)	2
6	CRM 系統與數位工具應用	數位管理能力	2
7	顧客滿意與忠誠度管理	顧客關係經營能力	2
8	顧客體驗管理	服務設計能力	2
9	期中評量 (報告/測驗)	綜合應用能力	2
10	行銷自動化與數位行銷	行銷策略能力 (A3)	2
11	全通路顧客管理	通路整合能力	2
12	顧客服務流程設計	業務流程規劃 (A3)	2
13	顧客流失分析與維繫策略	問題分析能力	2
14	CRM 與新產品/服務開發	創新能力 (A7)	2

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
15	CRM 策略整合與應用	策略整合能力 (A2)	2
16	CRM 案例分析	問題解決能力	2
17	專題準備	團隊合作能力	2

5.3 教學活動

出席與課堂參與 20% (含討論、表現與態度)

作業與小組報告 30% (書面作業、案例分析)

期中考 20% (書面測驗與口頭回饋)

期末報告 30% (專題發表與綜合應用)

7. 教學輔導

7.1 課業輔導/補救教學對象

學習進度落後或有個別需求的學生。

7.2 課業輔導/補救教學之實施

實施方式：課後補救教學、小組學伴制度、線上輔導、Google 表單練習回饋。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：office hours
- ◆ 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：