

電子商務之競爭優勢 課程大綱

第一部份：

課程編碼	MA675	學分	3
課程名稱	(中) 電子商務之競爭優勢		
	(英) E-Business for Competitiveness		
課程描述 (限 50~100 字)	(中)本課程著重在介紹電子商務的應用，以及資訊系統如何被應用在網際網路。課程將涵蓋技術與管理層面的相關議題，學生學習後應能具備電子商務的系統架構，並應用於真實狀況。		
	(英) This course focuses on the introduction of electronic commerce application as well as the application of information systems. It covers both technology and management related issues. Students can learn the electronic commerce infrastructure and apply it to real cases.		
前置課程			
課程編碼	課程名稱	與課程銜接的重要概念、原理與技能	
課程目標與學系基本/核心能力相關性			
能力層次(選填)：1 知識、2 理解、3 應用、4 分析、5 綜合、6 評鑑			
中文	英文	相關性 (能力層次)	
培養溝通與報告能力	Learn the capabilities of communication and presentation	B-3 D-3	
培養跨商管與資訊科技等領域並整合的能力	Learn the integrated capabilities of the knowledge of business and IT	A-1 D-1 E-2	
培養電子化企業經營能力	Learn the capabilities of e-business management	G-1 G-2 G-3 C-3	
學系核心能力(經管院)			
<p>A 分析處理最新商業趨勢。</p> <p>B 清楚地定位自我優勢。</p> <p>C 面對新興市場時能有效的掌握機會。</p> <p>D 協助高潛能的經理人轉化成為全球的領導者。</p> <p>E 管理力的提昇－運用管理新觀念的 know-how 來解決績效與經營的瓶頸。</p> <p>F 培養台灣管理風格的圓融處事觀、縝密決策觀。</p> <p>G 拓展國際經驗的疆界，以 retreat 方式跳脫自己習慣的思維角度，反觀問題探索經營策略的其他可能，尋找優勢泉源。</p>			

第二部份：由任課教師填寫的資料

開課系所班級				授課教師	黃焜煌老師、 林豐智老師
課程類別	必修	授課語言	中文	開課學期	
學習評量方式					
<p>1.分組討論：線上教學時於教學平台之討論區進行討論並張貼最後彙整資料（6次）</p> <p>2.作業：共4次，線上繳交於教學平台之作業區</p> <p>3.透過教學平台之學習管理系統進行作業內容說明、作業檔案上傳及下載、線上課程及討論參與考核以及成績管理</p> <p>4.評量方法與所佔百分比</p> <p>分組討論 30%</p> <p>作業 20%</p> <p>報告(期末)50%</p>					
教科書（書名、作者、書局、代理商、說明）					
書名 Title	作者 Author	書局/代理商 Publisher/Local Representative	說明 Explanation		
E-Commerce: business, technology, society	Laudon K.C. and Traver, C.G..	Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.	2007年第三版		
參考書目（書名、作者、書局、代理商、說明）					
Electronic Commerce: A Managerial Perspective	Turban, E., King, D., Viehland, D., and Lee, J.	Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.			
“From Business Models to Web Design,” Taiwan-Japan Symposium 2006: On Fuzzy Systems & Innovational Computing,	Huarng, K.-H. and Hsieh, Y.-T.	Waseda University, Japan, August 17-22, 2006.			
“Managing the	Huarng, K. and				

Marketing and e-Business Interface,” Strategic Marketing Management: A Business Process Approach, (Ed.)	Chien, S.C.		
Corporate Information Strategy and Management: Text and Cases	Applegate, L.M., Austin, R.D., and McFarlan, F.W.	McGraw-Hill, 2003.	
Internet Business Models: Text and Cases	Eisenmann, T.R.	McGraw-Hill, 2002.	
e-Commerce	Rayport, J.F. and Jaworski, B.J.	McGraw-Hill, 2001	
“Contextual marketing: The real business of the Internet,”	Kenny, D. and Marshall, J.F.	Harvard Business Review	vol. 78, iss. 6, November-December 2000, pp.119-125.

課程教材（教師個人網址請列在本校內之網址。）

<http://khhuarng.idv.fcu.edu.tw/>

授課進度與內容（週次、單元名稱與內容、習作/考試進度、備註）

週次	單元名稱與內容	習作/考試進度	備註（補充閱讀資料）
01	Introduction to EC Introduction to Blackboard and e-portfolio	線上討論	
02	Introduction to EC	小組討論	
03	Web Design (1)	線上評量練習	
04	Web Design (2)	線上討論	
05	Business Models (1)	小組作業	
06	Business Models (2)	小組報告—2	
07	Business Plan	小組討論	
08	Internet Marketing	線上意見討論	

09	Presentation	小組口頭報告	
10	Mobil Commerce	時事分析	
11	E-Marketplace	小組討論	
12	Retailing in EC: Products and Services	單元評量	
13	B2B EC	實例分析	
14	Legal, Ethical, Impact of EC	個案研究	
15	Exam	線上評量	
16	EC Business Analysis	小組討論	
17	電子商務案例討論	線上作業	
18	Final Presentation	小組期末報告	

其他說明(以附件方式上傳)

課程目標之教學策略與評量方法

課程目標	教學策略	評量方法
培養溝通與報告能力。	課堂授課、個案討論、口頭報告、小組討論及活動	期末專題、學生歷年學習性質成果紀錄、口頭評量、小組討論、學習歷程檔案「個人/小組」紀錄、口頭報告、上課即時問與答、點名
培養跨商管與資訊科技等領域並整合的能力	課堂授課、個案討論、專題討論、課堂檢討、指定閱讀、書面報告、口頭報告、小組討論及活動	學生問卷、學生個別請益、作業、期末專題、學生歷年學習性質成果紀錄、學習歷程檔案「個人/小組」紀錄、心得報告、口頭報告、點名
培養電子商務與企業經營能力	課堂授課、個案討論、專題討論、課堂檢討、指定閱讀、書面報告、口頭報告、小組討論及活動	學生問卷、課程問卷、學生個別請益、期末專題、學生歷年學習性質成果紀錄、口頭評量、小組討論、學習歷程檔案「個人/小組」紀錄、心得報告、專題發表、

		口頭報告、上課即時問與答、點名				
教學模式	教學模式	講授	討論/報告	實驗/實習/ 參訪	遠距/ 網路教學	合計
	學分分配	2.00	1.00	0.00	3	3
	授課時數 分配	2.00	1.00	0.00	3	3