

國立雲林科技大學資訊管理系

112-1 碩士學分班課程簡介(中文授課)

課程名稱	課程簡介／ 教學目標
互動設計與思考	<p>透過這門課程，我們將營造一個工作坊的環境，老師與學生透過互動的方式來學習設計的基本概念以及培養創意思考需具備的技能。並將兩者能力整合後進而討論有關「互動設計」與「設計思考」之間的議題，以培養學生在面對未知問題時，能夠清楚分析問題的前因後果以及解決未知問題的能力。</p> <p>單元目標</p> <ol style="list-style-type: none">1.設計思考：透過「設計思考」培養學生如何跳脫以往的思考框架，在面對未知問題時能夠清楚分析問題以及解決問題的思維。2.人本設計：透過「人本設計」培養學生可以利用在互動設計的過程中，了解以人為本的設計概念，並透過許多的案例研討了解應用。3.價值主張：透過「價值主張」培養學生擺脫舊有的商業模式，以及具備創造新的獲利模式的能力。 <p>具體目標</p> <p>透過這門課程，我們將營造一個工作坊的環境，讓老師與學生透過互動的方式來學習課程內容。培養學生可以在資訊領域中帶入不一樣的思考模式，跳脫以往資訊界的思維，並重新思考以人為本的設計概念。</p> <p>作業目標</p> <p>培養學生利用設計思考的模式來了解目標使用者，讓學生親自參與產品設計的各種階段，並透過實作的方式來達到課程教學的目標。</p>
電子商務實務研討	<p>網際網路開啟了商業化應用以來，電子商務蓬勃發展已是不爭的事實，其已完全融入企業經營與消費者生活。如何利用網際網路跨越時空、多媒體、數位傳送及互動的特性，開啟新的企業經營方式來提升企業的競爭力，或創造新的產業，加上資訊科技進步神速，企業面臨的壓力與日遽增。隨著社群網路的盛行、智慧型手機的普及、行動商務以及雲端運算的發展，都可能帶來創新的營運模式，也影響消費者的行為模式，同時消費者的力量也隨著資訊科技的進步，在電子商務中逐漸居於舉足輕重的影響，甚至對於企業經營有很大的議價能力，對企業而言，是機會？是挑戰？很值得探討。過去的許多經營管理理論是否能完全適用，也是企業界與學術界很大的挑戰。本課程將盡可能涵蓋重要的電子商務議題，包含電子商務發展的整體環境因素及個體環境因素、重要的電子商務模式、網路行銷、消費者行為等。有鑑於同學的背景來源不同、資訊技術的生命週期很短及時間的有限，本課程重點在於電子商務的經營管理面及如何善用資訊科技創造企業契機，而非技術導向的課程。此外，本課程將舉辦跨校公益揪團創意行銷競賽，主要目的係在於讓同學體驗將理論運用於實務可能的挑戰及測試各種不同實際操作方式的成效，希望因此更能瞭解理論及如何將其妥善地運用於實務。也將讓同學們有機會透過線上進行跨國談判，體驗新的電子商務實務。</p> <p>針對電子商務範疇，闡述企業與企業間的供應鏈活動、企業與消費者間的線上服務及交易行為，並且以整體性的觀點探討電子商務的應用（包括電子化政府、行動運算與線上學習等）。闡明電子商務之商業模式與技術對企業與消費者之影響，呈現不同產業間營運趨勢與解決方案，並佐以電子微商之議題。</p>

研究方法	<p>The main purpose of this course is to teach a variety of research methods, including case, experiment, survey.</p> <p>The teaching objective of this course is to leverage students' abilities when they conduct research.</p>
服務科學概論	<p>學習服務經濟時代，「服務科學與行銷」的基本觀念及其應用；探討資訊科技在服務科學與管理上的應用。具體而言，深入理解管理與傳送高品質服務的獨特挑戰；介紹為達此目標的相關策略與工具；認識最先進的服務科學與行銷思維；提升顧客服務導向的觀點。</p> <p>學習服務經濟時代，「服務科學」的基本觀念及其應用；探討資訊科技在服務行銷上的應用。</p>