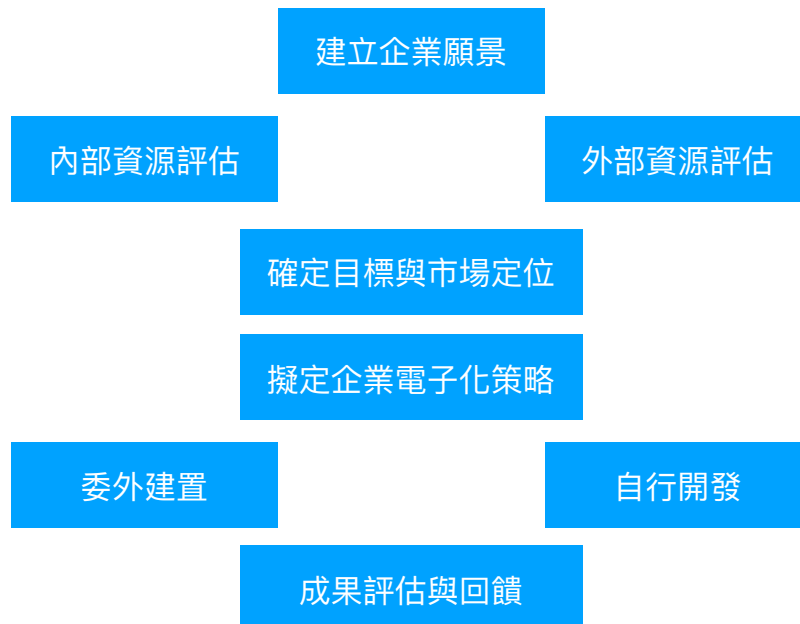


1. 何謂企業電子化？
企業電子化指的是企業內部透過網路進行協調、分享與合作
2. 描繪企業電子化的策略規劃程序



3. 供應鏈管理的特性？
協同整合、非核心業務外包、減少長鞭效應、即時最佳化
4. 何謂長鞭效應？與其造成的原因？
顧客需求變動時可能產生預測不當而造成過多的存貨或缺貨的問題
原因：安全存量的設立、批次訂購的行為、價格變動的預期、被誇大的訂單
5. 何謂顧客關係管理與顧客關係管理循環？
協助企業在有限資源下，利用適當的分析工具找出最有價值的顧客，進而提出行銷活動來促進其產生購買的行為
> 蒐集與接觸 >> 區隔與價值 >> 技術與策略 >> 互動與修改 >
6. 顧客關係管理的關鍵成功因素
對內：整合內部資訊、強化溝通管道
對外：支援策略的執行、變革抗拒的處理、組織文化的調整
7. 知識管理的本質
知識資訊化、知識分享化、知識價值化
8. E-learning 的特性(x6)
成本效應、社群學習、全球化學習、學習者導向、零時空限制、多媒體教學
9. 行動商務的商務模式特性？
隨處性、互動性、個人性
10. 行動商務的應用？(x7)
行動付費 (docomo 提供行動付費服務)、行動購物 (iTunes)、行動電視 (遠傳行動電視)、行動搜尋 (Google 的行動搜尋)、行動學習 (MeBook 行動學習)、行動郵件 (Blackberry Push email)
11. 網路行銷的特性
互動性、匿名性、公開性、免費性、個人化、群聚化
12. 網路行銷的方法
病毒式行銷、電子郵件行銷、互動式廣告行銷、部落格行銷、論壇行銷、搜尋引擎行銷、社群網站行銷