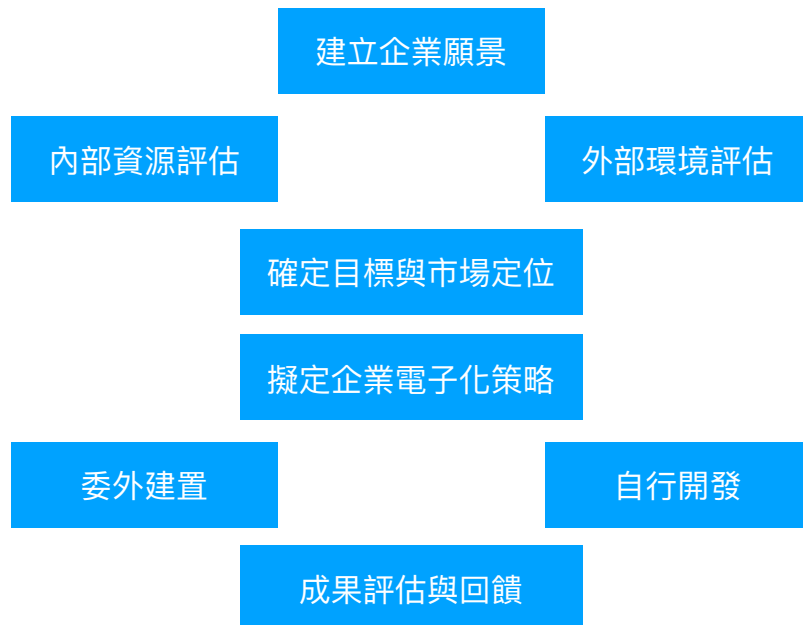


1. 何謂企業電子化？
企業電子化指的是企業內部透過網路進行協調、分享與合作
2. 描繪企業電子化的策略規劃程序



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
對外：整合內部資訊、強化溝通管道
對內：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
13. 社群行銷的五個重點
分享與維繫、內容與故事性、回應與傾聽、社群工具、活動的舉辦
14. 社群行銷的十項趨勢
社群式廣告的盛行、企業社群的核心、粉絲為主的營運、測試模式的使用、付費行銷的模式、整合行銷的平台、故事行銷的轉變、顧客的參與、品牌網路的建立、互動行銷的重要性