朝陽科技大學 096學年度第2學期教學大綱
Internet Marketing 網路行銷

當期課號	3115	Course Number	3115
授課教師	鍾文榮	Instructor	Chung,Wen Jung
中文課名	網路行銷	Course Name	Internet Marketing
開課單位	企業管理系(二進)四A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	網際網路在運算、傳輸、內容方面的能力進步神速，對於電子商務及行銷方面之策略及業務活動也產生相當大的衝擊，本課程之目的乃是了解網際網路媒體的特性與能力、以及在商務及行銷方面之應用潛力，據以規劃適當的銷售、行銷、服務、顧客關係等，以便提昇電子商務及行銷之效能與效率。	Objectives	Due to the rapid technological progress on computing, transmission and content, the internet has significant potential for business commerce and marketing application. The purpose of this course is to understand the internet's infrastructure, media characteristics, and capability. And learn how to effectively adopt this technology for marketing. This course covers the planning issues on commerce, marketing mix, service and customer relationship for improving the efficiency and effectiveness of electronic marketing.
教材	網路行銷 出版社：智勝 作者：Judy Strauss Raymond Frost 審訂者：方文昌 書號：B2039A ISBN：957-729-259-3 出版年月：2002.08 定價：580 元 裝訂：16開 (平裝) 版次：初版	Teaching Materials	E-Marketing,best wise
成績評量方式	期中考：30% 期末考：30% 專題報告：30% 課堂表現：10%	Grading	Midterm Exam.:30% Final Exam.:30% Interactive:10% Report:30%
教師網頁	http://bigcrab.googlepages.com/ec2		
教學內容	1. 第1章 網路行銷緒論 2. 第2章 網路用戶的特性與行爲 3. 第2章 網路用戶的特性與行爲 4. 第3章 行銷知識 5. 第4章 產品及價格 6. 第4章 產品及價格 7. 期中考 8. 第5章 配銷 9. 第6章 行銷傳播 10. 第6章 行銷傳播 11. 第7章 顧客關係管理 12. 第7章 顧客關係管理 13. 第8章 網路行銷計畫 14. 第8章 網路行銷計畫 15. 第9章 擴大科技效用 16. 第10章 道德規範與法律 17. 期末考	Syllabus	1.CH1, Introduction to e-marketing 2.CH2, Internet user characteristics and behavior 3.CH2, Internet user characteristics and behavior 4.CH3, Marketing knowledge 5.CH4, Product and pricing 6.CH4, Product and pricing 7.Midterm Exam. 8.CH5, The Internet for Distribution 9.CH6, E-marketing communication 10.CH6, E-marketing communication 11.CH7, Customer Relationship Management 12.CH7, Customer Relationship Management 13.CH8, The marketing plan 14.CH8, The marketing plan 15.CH9, Leveraging Technology 16.CH10, Ethics and law 17.Final Exam.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。