

朝陽科技大學 098學年度第1學期教學大綱
E-commerce and Internet marketing 電子商務與網路行銷

當期課號	3116	Course Number	3116
授課教師	何倉華	Instructor	HO,CANG HUA
中文課名	電子商務與網路行銷	Course Name	E-commerce and Internet marketing
開課單位	企業管理系(四進)四A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	<p>電子商務課程目標將介紹給學生在理論與實務可應用於商業上與網際網路，它將介紹電子商務的基礎知識與架構，修課學生對於下列議題有所了解：</p> <p>1.了解電子商務的基本概念與全面輪廓；</p> <p>2.了解電子商務的技術面，包括電子商務的軟體、交易安全機制與金流支付系統；</p> <p>3.了解電子商務的策略面，包括品牌策略、客戶關切管理、購物服務、電子資料交換、供應鍊管理、虛擬商務(無店鋪管理)和入口網站等。</p>	Objectives	<p>The course's object of Electronic Commerce (EC) introduces students to both the theory and practice of doing business over the Internet and World Wide Web. It will provide an introduction to Electronic Commerce and the elements of its infrastructure in class. The students will be offered as follows:</p> <p>1.Understanding the basic concepts and overview of electronic commerce.</p> <p>2.Understanding the technologies of electronic commerce, including electronic commerce software, electronic commerce security issues, and electronic payment systems.</p> <p>3.Understanding business strategies for electronic commerce, including branding, customer relationship management, purchasing, electronic data interchange, supply-chain management, auction sites, virtual communities, and Web portals.</p>
教材	<p>教科書 網路行銷 林豐智 等編譯, ISBN : 978-986-7097-74-3, 普林斯頓</p> <p>參考書 電子商務(6/e) 樂斌 等合著, ISBN: 978-986-6507-39-7, 滄海</p>	Teaching Materials	Internet Marketing 3/e Chaffey . Ellis-Chadwick . Johnston . Mayer
成績評量方式	<p>課堂參與 20%</p> <p>作業 20%</p> <p>期中考 30%</p> <p>期末考30%</p>	Grading	<p>attendance 20%</p> <p>report 20%</p> <p>Mid testing 30%</p> <p>Final testing 30%</p>
教師網頁	-		
教學內容	<p>第一章 網路行銷導論</p> <p>第二章 網際網路的個體環境</p> <p>第三章 網際網路的總體環境</p> <p>第四章 網際網路行銷策略</p> <p>第五章 網際網路和行銷組合</p> <p>第六章 網際網路關係行銷</p> <p>第七章 線上顧客經驗的遞送</p> <p>第八章 互動式的行銷傳播</p> <p>第九章 維護與監控線上呈現</p> <p>第十章 企業對消費者的網際網路行銷</p> <p>第十一章 企業對企業的網際網路行銷</p> <p>第十二章 電子商務的概念</p> <p>第十三章 電子商務策略發展與商業模式</p> <p>第十四章 B to C 電子商務</p> <p>第十五章 網路廣告與關鍵字廣告</p>	Syllabus	<p>1. Introducing of Internet Marketing</p> <p>2. Internet micro environment</p> <p>3. Internet macro environment</p> <p>4. Internet marketing strategy</p> <p>5. Internet and marketing mix</p> <p>6. Relational marketing using Internet</p> <p>7. Delivering the on-line customer experiences</p> <p>8. Interaction -like marketing dissemination</p> <p>9. The maintenance and monitoring on-line present</p> <p>10. B2C internet marketing</p> <p>11. B2B internet marketing</p>

尊重智慧財產權，請勿非法影印。