

**朝陽科技大學**  
**101學年度第2學期教學大綱**

當期課號	2467	中文科名	網路行銷
授課教師	柯秀佳	開課單位	資訊管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	日間部四年制3年級 B班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度 關聯	中高 關聯	中度 關聯	中低 關聯	低度 關聯
管理知能於組織資源之運用能力。	✓				
資訊技能於資訊系統之應用能力。			✓		
專業倫理與團隊合作協調能力。					✓
資訊管理相關時事議題認知與自主學習能力。					✓

**本課程培養學生下列知識：**

1. 知識：讓學生瞭解網路時代下的新經濟體系、消費者行為模式、新興網路媒介的特性與行銷力、及行銷策略。
2. 技能：讓學生能活用行銷管理知識與理論及結合各網路媒介特性，規劃出具有創意的網路行銷組合策略。
3. 態度：培養學生主動關注網路科技的行銷趨勢及創新思應用的能力。

1. 學生需了解網路行銷的基本概念
2. 學生需了解網路新興媒介的特性與行銷力
3. 學生需學習企業運用新興網路媒介進行網路行銷的個案
4. 學生需能主動收集及分析網路行銷的新興應用
5. 學生需能團隊合作與互相學習

This course will introduce the following topics: New economic system in the Internet age, consumer behavior model, the marketing power and characteristics of new Internet-based media, and Internet marketing strategies. Moreover, through the case study analysis on how enterprises use new Internet-based media to conduct marketing plan, the students can learn how to apply marketing management theory and combine the characteristics of new Internet-based media to develop creative marketing strategies.

**每週授課主題**

- 第01週：課程簡介
- 第02週：網路與連結經濟
- 第03週：數位行銷進化論
- 第04週：數位行銷進化論
- 第05週：經營模式與位行銷規劃
- 第06週：網路消費者行為
- 第07週：網路消費者行為
- 第08週：一群人的創新與網路行銷
- 第09週：期中考
- 第10週：社交網路與虛擬社群
- 第11週：部落格、微網誌行銷與個案
- 第12週：Youtube行銷與個案
- 第13週：Facebook的簡介與行銷力
- 第14週：Facebook的行銷與個案
- 第15週：一群網的整合行銷與個案
- 第16週：期末報告
- 第17週：期末報告
- 第18週：期末考

**成績及評量方式**

- 期末考：20%  
 期中考：25%  
 平時作業、小考、及出席：40%  
 期末報告：15%

**證照、國家考試及競賽關係**

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

## 主要教材

- 1.盧希鵬，2011，網路行銷，二版，雙葉出版社(教科書)
- 2.數位時代及相關雜誌(教科書)
- 3.教師自編教材(教科書)

## 參考資料

本課程無參考資料!

## 建議先修課程

本課程無建議先修課程

## 教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~hcko/>

E-Mail：[hcko@cyut.edu.tw](mailto:hcko@cyut.edu.tw)

Office Hour：

星期一,第3~4節,地點:L-704;

星期二,第5~6節,地點:L-704;

分機:4683、4683

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。