

朝陽科技大學
103學年度第2學期教學大綱

當期課號	2525	中文科名	網路與社群行銷
授課教師	鄭秀華	開課單位	資訊管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	日間部四年制3年級 B班
修習別	專業選修		
類別	網路授課		

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。
4. 其他：了解網路行銷的現況及新的趨勢

1. 學生需了解網路與連結經濟的知識
2. 學生需了數位行銷的基本概念與知識
3. 學生需了解網路消費者行為的知識
4. 學生需了解口碑行銷的知識

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：本學期課程說明
- 第02週：網路與連結經濟
- 第03週：數位行銷進化論 (1)
- 第04週：數位行銷進化論 (2)
- 第05週：數位行銷進化論之議題討論
- 第06週：經營模式與數位行銷規劃 (1)
- 第07週：經營模式與數位行銷規劃 (2)
- 第08週：經營模式與數位行銷規劃之議題討論
- 第09週：網路消費者行為 (1)
- 第10週：網路消費者行為 (2)
- 第11週：網路消費者行為之議題討論
- 第12週：一群人的創新擴散與口碑行銷 (1)
- 第13週：一群人的創新擴散與口碑行銷 (2)
- 第14週：社交網路與虛擬社群 (1)
- 第15週：社交網路與虛擬社群 (2)
- 第16週：期末考
- 第17週：期末報告 (1)
- 第18週：期末報告 (2)

成績及評量方式

平時作業(小考)及出席：60%
 期末考：20%
 口頭報告：20%

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. 書名：網路行銷 作者：盧希鵬 出版社：雙葉出版 出版年：2011 (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/~hhcheng/>

E-Mail：hhcheng@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期三,第5~6節,地點:L-726;

星期四,第5~6節,地點:L-726;

分機:7834

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。