朝陽科技大學
106學年度第2學期教學大綱

當期課號	2429	中文科名	網路與社群行銷
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
開課班級	日間部四年制3年級 A班		
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生能力指標關聯度：

核心能力	能力指標	高度關聯	中度關聯	低度關聯
管理知能於組織資源之運用能力。	企業需求分析與規畫		✔	
管理知能於組織資源之運用能力。	管理工具應用	✔		
資訊技能於資訊系統之應用能力。	數位內容設計與開發		✔	
專業倫理與團隊合作協調能力。	團隊運作、溝通表達及合作協調能力			✔
專業倫理與團隊合作協調能力。	資訊專業倫理素養建立			✔

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：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：Facebook的粉絲專頁行銷
第11週：Facebook的粉絲專頁行銷
第12週：Facebook的粉絲專頁行銷
第13週：Google Adword
第14週：Google Adword
第15週：Google Analytics
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：15%
期中考：25%
平時作業、小考、及出席：40%
期末報告：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.盧希鵬，2011，網路行銷，二版，雙葉出版社會(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
Office Hour：
星期二,第3~4節,地點:L-704;
星期三,第3~4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。