

朝陽科技大學
106學年度第2學期教學大綱

當期課號	3521	中文科名	網路與社群行銷
授課教師	黃蜀雯	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	四年制3年級 A班
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	關聯度		
		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。	商業營運模式建立	✓		
管理知能於組織資源之運用能力。	管理工具應用	✓		
專業倫理與團隊合作協調能力。	團隊合作協調能力			✓
資管相關時事議題認知與自主學習能力。	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：課程簡介
- 第02週：第一章 網路行銷導論
- 第03週：第二章 網路的技術與概念
- 第04週：第三章 電子商務的概念
- 第05週：第四章 網路行銷的法律與道德
- 第06週：第五章 網路行銷的策略
- 第07週：第六章 網站規劃與活動
- 第08週：期中考
- 第09週：第七章 網路行銷的研究
- 第10週：第八章 網路消費者行為
- 第11週：第九章 網路行銷的應用
- 第12週：第十章 網路行銷與產品
- 第13週：第十一章 網路行銷與價格
- 第14週：第十二章 網路行銷與通路
- 第15週：第十三章 網路行銷的操作
- 第16週：第十四章 網路行銷與推廣
- 第17週：第十五章 社群大數據
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 平常成績(主動發言次數)：30%
期中考：30%
期末考：40%

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.iLMS(數位學習平台)

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/~jywang/>

E-Mail：dale33663366@gmail.com

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。