

南台科技大學 98 學年度第 2 期課程資訊

課程名稱	網路行銷
課程編碼	90N09901
系所代碼	09
開課班級	夜二技資管四甲
開課教師	郭文鴻
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	一 14 二 13 14 教室 E0507
必選修	選修
課程概述	行銷學與人們的生活息息相關，且在現今的社會扮演著非常重要的角色。但隨著科技的進步與環境的改變，行銷學也受到相當大地衝擊，也變得更加多樣化。本課程的重點在於以網際網路為背景，廣泛地介紹行銷學的觀念，並帶領學生探討行銷學在網路世界的應用與轉變。
課程目標	<p>(1)了解網路行銷基本概念及網路行銷相關實務的應用。</p> <p>(2)透過網路行銷相關軟體系統的展示使課堂變得生動，增加學生對學習網路行銷的興趣。</p> <p>(3)闡釋有關網路行銷的應用領域及刺激學生的思考，加強學生的自學與分析的能力。</p> <p>(4)課程內容及進度安排，配合引導學生實際了解網路行銷有關的理論與實務。</p>
課程大綱	<p>單元一：網路行銷概論-Web2.0 觀點</p> <p>1.何謂網路行銷?</p> <p>2.網路行銷的範圍</p> <p>3.網路經濟的三項原則</p> <p>4.網路經濟的四個定律</p> <p>單元二：網路行銷新典範</p> <p>1.傳統行銷的重點</p> <p>2.數位典範轉移</p> <p>單元三：網路世界的行銷策略組合</p> <p>單元四：網路消費者行為</p> <p>單元五：網路世界的市場區與目標市場行銷策略</p> <p>單元六：網路廣告</p> <p>1. 網路廣告的種類</p> <p>2. 關鍵字行銷</p> <p>3. 行動廣告</p> <p>單元七：新興行銷議題</p>

	1.許可行銷 2.體驗行銷 3.病毒式行銷 4.部落格行銷
英文大綱	Unit 1: Introduction to Internet Marketing: Web 2.0 Perspective 1.What is Internet Marketing? 2.Scope of Internet Marketing 3.Three disciplines in Internet Economy 4.Four rules in Internet Economy Unit 2: New Paradigm of Internet Marketing 1. Key Issues in Traditional Marketing 2. Paradigm Shift of Marketing Unit 3: Internet Marketing Portfolios: 4P Unit 4: Internet Consumer Behavior Unit 5: Segmentation and Targeting in Internet Marketing Unit 6: Internet Advertisement 1. Types of Internet Advertisement 2. Keyword Marketing 3. Mobile Advertisement Unit 7: Emerging Issues in Internet Marketing 1. Permission Marketing 2. Experiential Marketing 3. Virus Marketing 4. Blog Marketing
教學方式	
評量方法	
指定用書	
參考書籍	
先修科目	
教學資源	
注意事項	
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	

