

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	90P12601
系所代碼	09
開課班級	專二技資管四甲
開課教師	鄭瑞祥
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	日 4 5 6 教室 T0308
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	本課程將以行銷學與消費者行為為學之基本概念與理論為基礎，配合網際網路的特性，介紹網路行銷之形式及現況，以及網路消費者之行為面等相關議題。
課程大綱	<p>單元一：網路行銷概論-Web2.0 觀點</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.何謂網路行銷? 2.網路行銷的範圍 3.網路經濟的三項原則 4.網路經濟的四個定律 <p>單元二：網路行銷新典範</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.傳統行銷的重點 2.數位典範轉移 <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> <ol style="list-style-type: none"> 1. 網路廣告的種類 2. 關鍵字行銷 3. 行動廣告 <p>單元七：新興行銷議題</p> <ol style="list-style-type: none"> 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

	<p>1.What is Internet Marketing? 2.Scope of Internet Marketing 3.Three disciplines in Internet Economy 4.Four rules in Internet Economy</p> <p>Unit 2: New Paradigm of Internet Marketing 1. Key Issues in Traditional Marketing 2. Paradigm Shift of Marketing</p> <p>Unit 3: Internet Marketing Portfolios: 4P</p> <p>Unit 4: Internet Consumer Behavior</p> <p>Unit 5: Segmentation and Targeting in Internet Marketing</p> <p>Unit 6: Internet Advertisement 1. Types of Internet Advertisement 2. Keyword Marketing 3. Mobile Advertisement</p> <p>Unit 7: Emerging Issues in Internet Marketing 1. Permission Marketing 2. Experiential Marketing 3. Virus Marketing 4. Blog Marketing</p>
教學方式	課堂教授,分組討論,口頭報告,
評量方法	自行設計測驗,作業／習題練習,實作評量,口頭報告,課堂討論,課程參與度(出席率),
指定用書	網路行銷 Web 2.0 思維
參考書籍	網路行銷<雙葉, 2005>
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	