

# 南台科技大學 102 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	網路行銷
課程編碼	90D22401
系所代碼	09
開課班級	四技資管二甲
開課教師	陳垂呈
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	二 6 7 8 教室 E0401
必選修	必修
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	
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"> <li>1.何謂網路行銷?</li> <li>2.網路行銷的範圍</li> <li>3.網路經濟的六項原則</li> </ol> <p>單元二：網路行銷新典範</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.傳統行銷的重點</li> <li>2.數位典範轉移</li> </ol> <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"> <li>1. 網路廣告的種類</li> <li>2. 關鍵字行銷</li> <li>3. 行動廣告</li> </ol> <p>單元七：新興行銷議題</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.許可行銷</li> <li>2.體驗行銷</li> <li>3.病毒式行銷</li> <li>4.部落格行銷</li> </ol>
英文大綱	<p>Unit 1: Introduction to Internet Marketing: Web 2.0 Perspective</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.What is Internet Marketing?</li> <li>2.Scope of Internet Marketing</li> </ol>

	3.Six disciplines 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	網路行銷特訓教材 Internet Marketing：Theory and Practice
參考書籍	1.企業電子化規劃師-網路行銷應考指南--102/103 年版，中華民國電腦技能基金會。 2.盧希鵬，網路行銷(二版)，雙葉，2011/1。 3.曹承礎，電子商務(第 5 版)，東華，2010/1。(K. C. Laudon and C. G 原著) 4.湯宗泰、劉文良，網路行銷 Web 2.0 思維，學貫(旗標)，2008-01-31 5.方文昌，網路行銷概論(5 版)，華泰文化，2010/2。
先修科目	
教學資源	
注意事項	1.勿任意曠課(上課會點名) 2.考試要唸書 3.報告作業要做、準時交
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	

