

南臺科技大學 105 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	網路行銷
課程編碼	90D22403
系所代碼	09
開課班級	四技資管二丙
開課教師	陳俊男
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	四 5 6 7 教室 E0203
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"> 1.何謂網路行銷? 2.網路行銷的範圍 3.網路經濟的六項原則 <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	<p>Unit 1: Introduction to Internet Marketing: Web 2.0 Perspective</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.What is Internet Marketing? 2.Scope of Internet Marketing

	<p>3.Six disciplines in Internet Economy</p> <p>Unit 2: New Paradigm of Internet Marketing</p> <p>1. Key Issues in Traditional Marketing</p> <p>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</p> <p>1. Types of Internet Advertisement</p> <p>2. Keyword Marketing</p> <p>3. Mobile Advertisement</p> <p>Unit 7: Emerging Issues in Internet Marketing</p> <p>1. Permission Marketing</p> <p>2. Experiential Marketing</p> <p>3. Virus Marketing</p> <p>4. Blog Marketing</p>
教學方式	
評量方法	
指定用書	
參考書籍	網路行銷：連結經濟下的社交網路數位革 盧希鵬著 雙葉出版
先修科目	
教學資源	
注意事項	修課學生將全程參與 EC-IC 競賽.
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	