

南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	50D2AF02
課程中文名稱	網路行銷
課程英文名稱	Web Marketing
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	四技電商三乙
任課教師	林培煌
上課教室(時間)	週一第 2 節(D301) 週一第 3 節(D301) 週一第 4 節(D301)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	介紹經由網路的行銷企畫、策略管理、行銷手法、客戶關係管理與經營實務的運作。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標</p> <p>-----</p> <p>1.介紹網路行銷的特性、行銷 4P、網路商店經營管理知識與客戶關係管理，--，1 管理知識</p> <p>2.撰寫網路商店營運企劃書、網路商店架設、了解商店經營實務，--，2 管理實務</p> <p>3.學生需了解網路商店是實體店面的延伸，--，4 協調整合</p> <p>4.加強與客戶的關係，--，5 分析構想</p>
中文課程大綱	<p>1.網路行銷導論</p> <p>2.網路行銷企畫</p> <p>3.網路行銷策略</p> <p>4.網路行銷管理</p> <p>5.顧客關係管理</p> <p>6.網路商店架設(例: osCommerce)</p>
英/日文課程大綱	<p>1.Introduction of E-Marketing</p> <p>2.E-Marketing plan</p> <p>3.The strategy of E-Marketing</p>

	<p>4.Sales and Marketing management</p> <p>5.Customer relationship management</p> <p>6.Building online store</p>
課程進度表	<p>第 1 週 網路行銷藍圖</p> <p>第 2 週 網路化產品開發與管理</p> <p>第 3 週 網路化定價策略</p> <p>第 4 週 網際網路配銷策略</p> <p>第 5 週 網路行銷推廣策略</p> <p>第 6 週 網路品牌管理</p> <p>第 7 週 網際網路與關係行銷</p> <p>第 8 週 部落格行銷-I</p> <p>第 9 週 期中考</p> <p>第 10 週 部落格行銷-II</p> <p>第 11 週 社群行銷</p> <p>第 12 週 網路廣告-I</p> <p>第 13 週 網路廣告-II</p> <p>第 14 週 網路行銷分析</p> <p>第 15 週 電子商務與網路行銷的趨勢</p> <p>第 16 週 期末報告-I</p> <p>第 17 週 期末報告-II</p>
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>介紹網路行銷的特性、行銷 4P、網路商店經營管理知識與客戶關係管理，課堂講授分組討論，作業作業</p> <p>撰寫網路商店營運企劃書、網路商店架設、了解商店經營實務，課堂講授，作業</p> <p>學生需了解網路商店是實體店面的延伸，課堂講授分組討論，作業</p> <p>加強與客戶的關係，課堂講授，作業</p>
指定用書	<p>書名：網路行銷</p> <p>作者：曹修源</p> <p>書局：普林斯頓</p> <p>年份：2015</p> <p>ISBN：978-986-5917-46-3</p> <p>版本：</p>
參考書籍	
教學軟體	Oscommerce
課程規範	

