

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	90D22401
課程中文名稱	網路行銷
課程英文名稱	Internet Marketing
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	四技資管二甲
任課教師	陳俊男
上課教室(時間)	週四第 2 節(E0401) 週四第 5 節(E0401) 週四第 6 節(E0401)
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	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。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.能了解行銷管理的相關知識，--，4 商管知識 2.能連結網際網路的特性，了解網路行銷之形式及現況，--，5 實務技能 3.能創造新的思維，將網路行銷概念融入日常生活中，--，8 創新思考 4.能有效整合並呈現資料，擁有講演、撰寫書面報告與溝通的能力，--，11 表達溝通
中文課程大綱	單元一：網路行銷概論-Web2.0 觀點 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 單元二：網路行銷新典範 1.傳統行銷的重點 2.數位典範轉移 單元三：網路世界的行銷策略組合

	<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/日文課程大綱	<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 3. Six disciplines in Internet Economy <p>Unit 2: New Paradigm of Internet Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Key Issues in Traditional Marketing 2. Paradigm Shift of Marketing <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> <ol style="list-style-type: none"> 1. Types of Internet Advertisement 2. Keyword Marketing 3. Mobile Advertisement <p>Unit 7: Emerging Issues in Internet Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permission Marketing 2. Experiential Marketing 3. Virus Marketing 4. Blog Marketing
課程進度表	<ol style="list-style-type: none"> 1. 探索網路新媒體 - 客戶在哪裡(第一週~第三週) <ol style="list-style-type: none"> (1) 網路行銷的特性 (2) 網路行銷的規劃 - 客戶在哪裡 (3) 網路行銷的 4P 組合：產品、價格、通路、促銷 (4) 網路的 4C 組合：顧客、成本、便利、溝通 2. 網路行銷的通路模式(第四週) <ol style="list-style-type: none"> (1) B2C 通路模式

- (2)B2B 通路模式
- (3)C2C 通路模式
- (4)C2B 通路模式

3. 顧客關係管理簡介(第五週)

- (1)差異化分析、博客來顧客關係管理
- (2)網路行銷與資料庫

4. 電商網站製作流程(第六週)

- (1)規劃時期
- (2)網站設計
- (3)網站上傳

5. 行動行銷(第七週~第八週)

- (1)行動行銷的特性
- (2)行動裝置線上服務平台：APP Store、Google Play
- (3)創新科技發展與應用;穿戴式裝置、QR Code、RFID、NFC 等
- (4)Line 行銷

6. 經營網路行銷的十八般武藝(第十週~第十二週)

- (1)網路廣告：如橫幅廣告、彈出式廣告等
- (2)電子郵件及電子報行銷
- (3)APP 行動行銷
- (4)部落格行銷
- (5)搜尋引擎行銷 (SEM)
- (6)SEO

7. 社群行銷(第十三週~第十四週)

- (1)社群行銷的特性：分享性、多元性、傳染性等
- (2)FB 臉書行銷實務
- (3)Instagram 行銷
- (4)Twitter 行銷

8. Big Data 大數據下行銷(第十五週)

- (1)認識大數據
- (2)大數據行銷的優點

9. 影音行銷(第十五週)

- (1)YouTube 影音王國
- (2)微電影行銷

	<p>(3)直播行銷</p> <p>10.Google Analytics 介紹(第十六週~第十七週)</p> <p>(1)專業術語</p> <p>(2)智慧家電行銷及 O2O 模式介紹</p> <p>(3)Google Analytics (GA)介紹</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>能了解行銷管理的相關知識，課堂講授啟發思考，同儕互評書面報告筆試</p> <p>能連結網際網路的特性，了解網路行銷之形式及現況，課堂講授啟發思考，同儕互評書面報告筆試</p> <p>能創造新的思維，將網路行銷概念融入日常生活中，課堂講授啟發思考，同儕互評書面報告筆試</p> <p>能有效整合並呈現資料，擁有講演、撰寫書面報告與溝通的能力，分組討論，口頭報告同儕互評</p>
指定用書	<p>書名：網路行銷的 12 堂必修課</p> <p>作者：吳燦銘</p> <p>書局：博碩文化</p> <p>年份：2017</p> <p>ISBN：9789864342457</p> <p>版本：初版</p>
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	