

重新查詢

友善列印

0971學期 課程基本資料

| | | | |
|---------|---------|---------|-------------------|
| 系所 / 年級 | 資傳系 2年級 | 課號 / 班別 | 63U00075 / A |
| 學分數 | 3學分 | 選 / 必修 | 選修 |
| 科目中文名稱 | 數位行銷 | 科目英文名稱 | Digital Marketing |
| 主要授課老師 | 鄧佩珊 | 開課期間 | 一學期 |
| 人數上限 | 60 人 | 已選人數 | 60人 |

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / H416 / 星期5第02節
第1週 / 第18週 / H416 / 星期5第03節
第1週 / 第18週 / H416 / 星期5第04節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要

一、教學目標(Objective) 培養學生熟悉web2.0互動環境,觀察使用者於網路的使用行為與消費模式,應用行銷原理以案例討論來了解網路運作的情況。

二、先修科目(Pre Course)

三、教材內容(Outline) 資訊多元化的時代,掌握消費者心態必先了解數位網路環境,web2.0提供即時互動的方式,讓傳播媒介有更多元的應用模式。

四、教學方式(Teaching Method)

課堂討論 案例分析

五、參考書目(Reference)

C行銷哈米須.普林格 著 早安財經出版

| | | |
|------------|------------|-----|
| 2008/9/20 | 課程大綱+導論 | 鄧佩珊 |
| 2008/9/27 | 網路行銷演變與意涵 | 鄧佩珊 |
| 2008/10/4 | 網路行銷模式_STP | 鄧佩珊 |
| 2008/10/11 | 雙十節(放假一日) | 鄧佩珊 |
| 2008/10/18 | 網路行銷模式_4P | 鄧佩珊 |
| 2008/10/25 | 數位行銷與網路社群 | 鄧佩珊 |
| 2008/11/1 | 網路企業SWOP策略 | 鄧佩珊 |
| 2008/11/8 | 網路行銷案例討論 | 鄧佩珊 |

| | | | |
|-----------------|------------|--------------|-----|
| 六、教學進度(Syllabi) | 2008/11/15 | 期中考_報告發表 | 鄧佩珊 |
| | 2008/11/22 | 網路行銷規畫(流程) | 鄧佩珊 |
| | 2008/11/29 | 網路行銷策略 | 鄧佩珊 |
| | 2008/12/6 | 網路廣告 | 鄧佩珊 |
| | 2008/12/13 | 網路成效調查 | 鄧佩珊 |
| | 2008/12/20 | 行銷企畫活動的組合 | 鄧佩珊 |
| | 2008/12/27 | 網路行銷專題調查報告-1 | 鄧佩珊 |
| | 2009/1/3 | 網路行銷專題調查報告-2 | 鄧佩珊 |
| | 2009/1/10 | 期末報告_專題討論 | 鄧佩珊 |
| | 2009/1/17 | 期末報告發表 | 鄧佩珊 |

七、評量方式(Evaluation) 期中20% 期末40% 平時20% 出席20%

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢