

重新查詢

友善列印

## 0981學期 課程基本資料

系所 / 年級	經管系 4年級	課號 / 班別	82U00075 / A
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	網路行銷	科目英文名稱	Web Marketing
主要授課老師	??T?{	開課期間	一學年之上學期
人數上限	60 人	已選人數	0人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

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)
- 1.近年來，由於市場的飽和、國外競爭者的湧現、科技的推陳出新促使產品加速淘汰、消費者更加善變等因素，使得企業必須利用有效的行銷策略觀念及技術才能重建競爭優勢。行銷的主要功能之一就是作為顧客的「傳聲筒」，也就是要使得公司內其他部門了解顧客的需要。拜網際網路之賜，傾聽顧客的聲音變得更為精確、更有效率——顧客可透過電子郵件、企業內網路、電子佈告欄表達他們的看法。2.以上的現象說明了網路行銷（Internet marketing）是一個必然的趨勢。各類型的組織皆必須了解網路行銷所帶來的衝擊和龐大利益。在網路行銷的環境之下，店址已無關緊要，而且顧客已習慣於享受全天候的服務，傳統公司必須體認到這個現象，才能在現今的商業世界中獲得生機，進而獲得契機。3.本課程的目的在於使得網路行銷者（Internet marketer）能夠了解這個新穎的電子世界，以及如何運用有效的網路行銷策略（Internet marketing strategies）。
- 二、先修科目(Pre Course)
- 三、教材內容(Outline)
- 網路行銷：電子商務實務，榮泰生著，第三版，台北：五南出版
- 四、教學方式(Teaching Method)
- 課堂講授、分組報告與討論、個人問答表現
- 五、參考書目(Reference)
- 網路行銷概論，Judy Strauss等著，方文昌審訂，第四版，台北：華泰文化

2009/9/15	授課大綱講解
2009/9/22	第1章 網路行銷－創造顧客價值
2009/9/29	第2章 數位世界
2009/10/6	第3章 網際網路與全球資訊網
2009/10/13	第4章 企業內網路與企業間網路
2009/10/20	第5章 電子商務
2009/10/27	第6章 網路行銷規劃與控制

六、教學進度(Syllabi)

2009/11/3 第6章 網路行銷規劃與控制  
2009/11/10 期中分組報告  
2009/11/17 第7章 網路行銷研究  
2009/11/24 第8章 網路消費行為  
2009/12/1 第9章 網路產品策略  
2009/12/8 第10章 網路定價策略  
2009/12/15 第11章 網路配銷策略  
2009/12/22 第12章 網路促銷與廣告策略  
2009/12/29 第13章 網路競爭優勢  
2010/1/5 第14章 網路顧客關係管理  
2010/1/12 期末分組報告

七、評量方式(Evaluation)

課堂參與：30% 期中報告：30% 報告內容：分組報告一家網路企業經營之實務、行銷的策略組合、KSF、SWOT分析等 期末報告：40% 報告內容：介紹貴組欲成立之網路企業，產品、經營模式、行銷策略、如何建立顧客關係等

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢