

100-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	網路行銷專題	科目序號 / 代號	1279 / IGR6114
開課系所	資訊管理學系碩士班	學制 / 班級	研究所碩士班1年1班
任課教師	吳為聖	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(三)234 / J117	授課語言別	中文

課程簡介

介紹行銷研究的技術，培養學生行銷研究的能力，並利用行銷研究的技術方法來蒐集和分析網路行銷的各種資訊，以利公司進行網路行銷規劃。

課程大綱

1. 網路行銷概述
2. 網路用戶的特性與行為
3. 行銷知識
4. 產品及價格
5. 配銷
6. 網路行銷傳播
7. 顧客關係管理
8. 網路行銷資料收集
9. 資料分析與報告
10. 銷售預測方法
11. 網路行銷計畫規劃

基本能力或先修課程


1. 行銷管理
2. 資訊管理

課程與系所基本素養及核心能力之關連

理論演繹與歸納分析


 企業 e 化系統研發能力

資訊技術開發能力

 問題分析與解決能力

 專案規劃與執行能力

專業閱讀與撰寫能力

 溝通與表達能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
企業 e 化系統研 發能力	30%	1.具備企業電子化的整 體概念。 2.能針對企業電子化相 關議題進行研究。 3.能企劃並執行企業電 子化專案。	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 書面報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	30
問題分析與解決 能力	10%	1.能定義問題及改善目 標。 2.能收集解決問題的相 關資料。 3.能應用科學方法解析 資料。 4.能設計並實施改善問 題的方案。	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 書面報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	10
專案規劃與執行 能力	30%	1.能企畫資訊系統相關 專案。 2.能在既定時程內完成 專案目標。 3.能領導團隊開發與導 入資訊系統。	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報 告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 書面報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	30
溝通與表達能力	30%	1.能整合不同意見, 達 成共識。 2.能具體展現自己的想 法。 3.能進行專業的簡報。	講述法 小組討論 學生上台報 告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 書面報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	30

成績稽核

期中考: 20%

期末考: 20%

上課筆記: 20%

書面報告: 20%

課堂討論: 20%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
網路行銷：結合觀念精華與實務經驗	榮泰生		五南	2011
E - Marketing	Judy Strauss & Raymond Frost		Pearson Education	0

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教材及專業期刊導讀				

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	Course Introduction	60				40
2	E-marketing: Past, Present, and Future	60				40
3	Strategic E-Marketing and Performance Metrics	60				40
4	The E-Marketing Plan	60				40
5	Building Inclusive E-Markets	60				40
6	Ethical and Legal Issues	60				40
7	E-Marketing Research	60				40
8	期中報告	0				100
9	Consumer Behavior Online	60				40
10	Segmentation, Targeting, Differentiation, and Positioning Strategies	60				40
11	Product: The Online Offer	60				40
12	Pricing: The Online Value	60				40
13	The Internet for Distribution	60				40
14	E-Marketing Communication Tools	60				40
15	Engaging Customers with Social Media	60				40
16	Buying Digital Media Space	60				40
17	Customer Relationship Management	60				40
18	期末報告	0				100