

97-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	網路行銷	科目序號 / 代號	1378 / IGR6099
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	許晉龍	專兼任別	兼任
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	(五)234 / J117	授課語言別	中文

課程簡介

A. 資訊管理學系之教育目標：

1. 管理知識與資訊專業能力
2. 理論基礎與實務實作能力
3. 研究分析與跨域整合能力
4. 企業e化之應用能力

B. 資訊管理學系之系所核心能力：

1. 專業能力：(1)管理專業 (2)研究專業：大學部：整合應用專業，研究所：學術研究專業(3)資訊技術專業
2. 分析能力(探索的能力)
3. 協調能力：技術與管理間的協調能力

C. 學系課程特色：

1. 強調學生在企業管理的 Know how
2. 強化學生在企業e化的應用能力
3. 培養學生在資訊科技的規劃、分析、設計與操作之應用能力

課程目標：

1. 瞭解網路行銷本質與其相關概念(A1,A4,B1,C2)
2. 瞭解電子商務網站之技術與經營管理 (A1, B1,C2)
3. 培養制定網路行銷策略之能力 (A1,A4,B1,C2)

課程大綱

本課程主要在培養學生對於網路行銷之專業知識，並經由訓練學生研讀國內外網路行銷相關文獻，並將研讀心得做成投影片進行報告，以訓練學生之口語表達與溝通能力。依據管院訂定之核心能力四大構面(S-解決問題能力、C-溝通能力、E-倫理觀、P-專業能力)，計劃於每週培養之核心能力，分述如下：

- CH. 1 網路行銷策略本質思維：P
- CH. 2 網路購物行為研究:SCP
- CH. 3 顧客感受的服務品質與網站品質探討:SCP
- CH. 4 顧客關係管理策略、客製化與個人化:SCP
- CH. 5 體驗經濟時代與體驗行銷:SCP
- CH. 6 線上社群的經營管理:SCP
- CH. 7 部落格與Web 2.0:SCP
- CH. 8 電子商務的保健因子:信任:SCP
- CH. 9 建立顧客關係的關鍵:滿意度與忠誠度:SCP
- CH. 10 顧客資料分析工具:SCP

CH. 11 定價策略:SCP

CH. 12 行銷研究與資訊倫理探討:CEP

基本能力或先修課程

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

資訊技術開發能力

專業閱讀與撰寫能力

成績稽核

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
----	----	----	-----	-----

無參考教科書

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	網路行銷策略本質思維	70				30
2	網路行銷策略本質思維	70				30
3	網路購物行為研究	70				30
4	網路購物行為研究	70				30
5	網路購物行為研究	70				30
6	顧客感受的服務品質與網站品質探討	70				30
7	期中考週	70				30
8	顧客關係管理策略、客製化與個人化	70				30
9	線上社群的經營管理	70				30
10	線上社群的經營管理	70				30
11	部落格與Web 2.0	70				30
12	電子商務的保健因子:信任	70				30
13	建立顧客關係的關鍵:滿意度與忠誠度	70				30
14	顧客資料分析工具	70				30
15	定價策略	70				30
16	行銷研究與資訊倫理探討	70				30

