

## 99-1 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	2073 / IMM4069
開課系所	資訊管理學系	學制 / 班級	大學日間部4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	畢業班
上課時段 / 地點	(三)9 / B404 (四)56 / B404	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，並經由訓練學生分析實務行銷個案，並將分析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:SCEP
- 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 線上社群的經營管理:SCP
- CH. 6 部落格,Web 2.0與社會網路行銷:SCP
- CH. 7 電子商務的保健因子:信任:SCP
- CH. 8 建立顧客關係的關鍵:滿意度與忠誠度:SCP
- CH. 9 定價策略:SCP

## 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

技術與管理間的協調能力

語文表達能力

數理邏輯與理解能力

## 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

週次	教學內容	分配時數(%)				
		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	顧客關係管理策略、客製化與個人化	70				30
8	社群的經營管理	70				30
9	期中考週	0				0
10	線上社群的經營管理	70				30
11	部落格,Web 2.0與社會網路行銷	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	定價策略	70				30
15	期末實務個案討論與購物系統展示	0	100			0
16	期末實務個案討論與購物系統展示	0	100			0
17	期末實務個案討論與購物系統展示	0	100			0
18	期末實務個案討論與購物系統展示	0				0

