

103-2 Preliminary Syllabus, Da-Yeh Univ

Information			
Title	網路行銷	Serial No. / ID	2345 / IMM4069
Dept.	資訊管理學系	School System / Class	大學日間部2年1班
Lecturer	吳為聖	Full or Part-time	專任
Required / Credit	Optinal / 3	Graduate Class	No
Time / Place	(四)567 /	Language	Chinese

Introduction
<p>A.資訊管理學系之教育目標：</p> <p>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</p> <p>B.資訊管理學系之系所核心能力：</p> <p>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</p> <p>C.學系課程特色：</p> <p>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</p> <p>課程目標：</p> <p>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)</p>

Outline
<p>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：</p> <p>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</p>

Prerequisite

資訊管理