

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	網路行銷	授課 教師	曹修源 Tsao, Hsiu-yuan
	INTERNET MARKETING		
開課系級	企管二 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMBXB2P		
系 所 教 育 目 標			
一、健全學生人格發展。 二、培養專業化之管理人才。 三、均衡發展。 四、升學與就業雙軌並重。			
系 所 核 心 能 力			
A. 一般管理能力。 B. 企管專業能力。 C. 產業經營能力。 D. 企業倫理與工作態度。			
課程簡介	國際觀加上台灣本地案例相輔相成，彙整 15 個台灣網路行銷實例與問題探討。豐富與紮實的本地個案，並提供理論與實務連結的角度，能從個案導讀中，領略到如何以行銷理論與原則詮釋外在發生的現象。		
	Through theoretical investigation, brainstorming, and case analysis, students develop the skills and strategies that are necessary for effective marketing via electronic media.		

本課程教學目標與目標層級、系所核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、
C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、
P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、
A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系所核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「系所核心能力」。單項教學目標若對應「系所核心能力」有多項時，則可填列多項「系所核心能力」(例如：「系所核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系所核心能力
1	以行銷本質的角度來探討網路行銷讓學生學到網路行銷的本質與理論，使其於課程結束後能以行銷的角度詮釋網路的現象。	Internet marketing plays an increasingly important role in the success of businesses. This course provides an overview of various Internet marketing strategies.	C4	ABC

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	以行銷本質的角度來探討網路行銷讓學生學到網路行銷的本質與理論，使其於課程結束後能以行銷的角度詮釋網路的現象。	課堂講授、分組討論	出席率、報告、期中考、期末考

本課程之設計與教學已融入下列本校基本素養與核心能力

淡江大學基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◇ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◇ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◇ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◇ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◆ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◇ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◆ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備 註
1	100/09/05~ 100/09/11	課程簡介 第一章 數位知識經濟時代	
2	100/09/12~ 100/09/18	中秋節(放假一天)	
3	100/09/19~ 100/09/25	第二章 網路行銷藍圖	
4	100/09/26~ 100/10/02	個案討論 手機王	
5	100/10/03~ 100/10/09	第三章 產品策略	
6	100/10/10~ 100/10/16	國慶日(放假一天)	
7	100/10/17~ 100/10/23	個案討論 Napster	
8	100/10/24~ 100/10/30	第四章 定價策略	
9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	第五章 配銷策略	
11	100/11/14~ 100/11/20	個案討論 無名小站	
12	100/11/21~ 100/11/27	第六章 推廣策略	

13	100/11/28~ 100/12/04	個案討論 Netflix	
14	100/12/05~ 100/12/11	第七章 網路廣告	
15	100/12/12~ 100/12/18	第八章 網路品牌打造 個案討論 Google	
16	100/12/19~ 100/12/25	第九章 網路關係行銷	
17	100/12/26~ 101/01/01	期末小組 個案報告	
18	101/01/02~ 101/01/08	期末考試週	
修課應 注意事項	本課程採用哈佛個案教學法精神 個案研討時學生必須採與討論才能得到個案研討分數		
教學設備	電腦		
教材課本	網路行銷 第三版 曹修源, 林豪鏘著 旗標出版股份有限公司		
參考書籍			
批改作業 篇數	篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)		
學期成績 計算方式	◆平時考成績：10.0 % ◆期中考成績：25.0 % ◆期末考成績：25.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈個案研討〉：40.0 %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。		