

淡江大學 101 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 |
| | TLCXB2P | | |
| 系 (所) 教育目標 | | | |
| <p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p> | | | |
| 系 (所) 核心能力 | | | |
| <p>A. 一般管理能力。</p> <p>B. 企管專業能力。</p> <p>C. 產業經營能力。</p> <p>D. 企業倫理與工作態度。</p> | | | |
| 課程簡介 | <p>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。</p> | | |
| | <p>Through theoretical investigation, brainstorming, and case analysis, students develop the skills and strategies that are necessary for effective marketing via electronic media.</p> | | |

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其「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 | ABCD |

教學目標之教學方法與評量方法

| 序號 | 教學目標 | 教學方法 | 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。 | 講述、討論、個案教學 | 紙筆測驗、報告、上課表現 |
| | | | |

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

| 淡江大學校級基本素養 | 內涵說明 |
|------------|------|
| ◆ 全球視野 | |
| ◇ 洞悉未來 | |
| ◇ 資訊運用 | |
| ◇ 品德倫理 | |
| ◇ 獨立思考 | |
| ◆ 樂活健康 | |
| ◇ 團隊合作 | |
| ◆ 美學涵養 | |

授課進度表

| 週次 | 日期起訖 | 內容 (Subject/Topics) | 備註 |
|----|-------------------------|---------------------|----|
| 1 | 101/09/10~ 101/09/16 | 課程簡介 第一章 數位知識經濟時代 | |
| 2 | 101/09/17~ 101/09/23 | 第二章 網路行銷藍圖 | |
| 3 | 101/09/24~ 101/09/30 | 第二章 網路行銷藍圖 | |
| 4 | 101/10/01~ 101/10/07 | 個案討論 手機王 | |
| 5 | 101/10/08~ 101/10/14 | 第三章 產品策略 | |
| 6 | 101/10/15~ 101/10/21 | 國慶日(放假一天) | |
| 7 | 101/10/22~ 101/10/28 | 個案討論 Napster | |
| 8 | 101/10/29~ 101/11/04 | 第四章 定價策略 | |
| 9 | 101/11/05~ 101/11/11 | 第四章 定價策略 | |
| 10 | 101/11/12~ 101/11/18 | 期中考試週 | |
| 11 | 101/11/19~ 101/11/25 | 個案討論 無名小站 | |
| 12 | 101/11/26~ 101/12/02 | 第六章 推廣策略 | |

| | | | |
|--------------|---|------------------------|--|
| 13 | 101/12/03~ 101/12/09 | 個案討論 Netflix | |
| 14 | 101/12/10~ 101/12/16 | 第七章 網路廣告 | |
| 15 | 101/12/17~ 101/12/23 | 第八章 網路品牌打造 個案討論 Google | |
| 16 | 101/12/24~ 101/12/30 | 第九章 網路關係行銷 | |
| 17 | 101/12/31~ 102/01/06 | 期末小組 個案報告 | |
| 18 | 102/01/07~ 102/01/13 | 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 | ◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：10.0 % ◆期末評量：10.0 % ◆其他〈個案研討〉：60.0 % | | |
| 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。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。 | | |