

淡江大學 102 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	張巧真 CHANG, CHIAO-CHEN
	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			
一、熟悉專業知能。 二、訓練實務知能。 三、培養團隊精神。 四、深化專業倫理。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 能理解企業管理基本學理知識。 B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。 C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。 D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。 E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。 F. 能運用外語增進管理專業成長。			
課程簡介	本課程結合「網路」與「行銷」兩個範疇，以便融合網路行銷的基本重要概念，並從行銷的角度出發，分析網際網路商店之運作與管理。		
	This course combines the scopes of Internet and marketing to discuss the fundamental concepts and theories of Internet marketing. This course also from a marketing perspective to analyze the operations and management of online stores.		

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	使學生了解網路行銷基本概念及網路行銷實務之應用，並透過網路商店實例之探討，以便讓學生知曉網路行銷的實務操作技巧，並提升對網路行銷之興趣。	This course deals with essential Internet marketing concepts and applications. By discussing the practices of online stores, attendees will be able to understand the fundamentals of various Internet marketing techniques and to enhance their interests of Internet marketing.	C2	AD
2	使學生了解網路行銷基本概念及網路行銷實務之應用，並透過網路商店實例之探討，以便讓學生知曉網路行銷的實務操作技巧，並提升對網路行銷之興趣。	This course deals with essential Internet marketing concepts and applications. By discussing the practices of online stores, attendees will be able to understand the fundamentals of various Internet marketing techniques and to enhance their interests of Internet marketing.	C2	ABCDE
3	使學生了解網路行銷基本概念及網路行銷實務之應用，並透過網路商店實例之探討，以便讓學生知曉網路行銷的實務操作技巧，並提升對網路行銷之興趣。	This course deals with essential Internet marketing concepts and applications. By discussing the practices of online stores, attendees will be able to understand the fundamentals of various Internet marketing techniques and to enhance their interests of Internet marketing.	C2	ABCDEF

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	使學生了解網路行銷基本概念及網路行銷實務之應用，並透過網路商店實例之探討，以便讓學生知曉網路行銷的實務操作技巧，並提升對網路行銷之興趣。	講述、討論	紙筆測驗、報告、上課表現
2	使學生了解網路行銷基本概念及網路行銷實務之應用，並透過網路商店實例之探討，以便讓學生知曉網路行銷的實務操作技巧，並提升對網路行銷之興趣。	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	使學生了解網路行銷基本概念及網路行銷實務之應用，並透過網路商店實例之探討，以便讓學生知曉網路行銷的實務操作技巧，並提升對網路行銷之興趣。	講述、討論、問題解決	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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◆ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◆ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◆ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◆ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◆ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	102/09/16~ 102/09/22	課程介紹	
2	102/09/23~ 102/09/29	第1章 過去、現在與未來	
3	102/09/30~ 102/10/06	第2章 策略性網路行銷與績效指標	
4	102/10/07~ 102/10/13	第3章 網路行銷計畫	
5	102/10/14~ 102/10/20	第4章 眾多網路行銷機會	
6	102/10/21~ 102/10/27	第5章 道德與法律議題	

7	102/10/28~ 102/11/03	第6章 網路行銷研究	
8	102/11/04~ 102/11/10	第7章 消費者線上行為	
9	102/11/11~ 102/11/17	第8章 區隔與選擇目標市場策略	
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考試週	
11	102/11/25~ 102/12/01	第9章 差異化與定位策略	
12	102/12/02~ 102/12/08	第10章 產品：線上供給	
13	102/12/09~ 102/12/15	第11章 價格：線上價值	
14	102/12/16~ 102/12/22	第12章 網路配銷	
15	102/12/23~ 102/12/29	第13章 網路行銷傳播	
16	102/12/30~ 103/01/05	第14章 新數位媒體、第15章 客戶關係管理	
17	103/01/06~ 103/01/12	期末分組報告	
18	103/01/13~ 103/01/19	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		網路行銷概論 (Strauss/ E-Marketing) 5/e 2010, 方文昌審閱, 華泰文化	
參考書籍			
批改作業 篇數		1 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：40.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %	
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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。	