

淡江大學 104 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	科技化服務與行銷	授課 教師	吳雅鈴 WU, YA-LING
	IT-ENABLED SERVICES AND MARKETING		
開課系級	榮譽專業－商 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TGLHB0A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、習得瞭解專業知識。 二、有效學習自我規劃。 三、植基理論契合實務。 四、人際溝通團隊合作。 五、分析問題提供建議。 六、道德知覺全球公民。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 學生具備共同課程專業知識。 B. 學生能依進度完成功課。 C. 學生能應用專業於實務。 D. 學生能進行商業溝通。 E. 學生具備專業分析思考能力。 F. 學生能在國內外商業環境中認知道德議題。			
課程簡介	本課程提供『網路技術』配合『行銷策略』之講授，主題包括網路科技策略、網站規劃與活動、網路消費者行為、網路行銷的工具等議題。		
	This course introduces an overall concept of the network marketing. The content includes technology marketing strategy, strategic market planning and activities, Internet consumer behavior, tools for network marketing.		

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	瞭解網路行銷之實務環境	Understand the practice environment of network marketing	C6	A
2	學習如何落實網路行銷之策略管理	Learn to practice the strategic management of network marketing	P6	C
3	網路行銷之案例分析	Analyze the cases of network marketing	A6	E

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	瞭解網路行銷之實務環境	講述、討論、賞析、問題解決、專家演講	紙筆測驗、報告、上課表現
2	學習如何落實網路行銷之策略管理	講述、討論、賞析、問題解決、專家演講	紙筆測驗、報告、上課表現
3	網路行銷之案例分析	講述、討論、賞析、問題解決、專家演講	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	105/02/15~ 105/02/21	Course agreement & course introduction	
2	105/02/22~ 105/02/28	Ch 1.網路行銷導論	
3	105/02/29~ 105/03/06	Ch 1.網路行銷導論	
4	105/03/07~ 105/03/13	Ch 5.網路行銷的策略	
5	105/03/14~ 105/03/20	Ch 5.網路行銷的策略	
6	105/03/21~ 105/03/27	Ch 6.網站規畫與活動	
7	105/03/28~ 105/04/03	Ch 6.網站規畫與活動	
8	105/04/04~ 105/04/10	No class (教學行政觀摩日)	
9	105/04/11~ 105/04/17	Ch 8.網路消費者行為	
10	105/04/18~ 105/04/24	期中考試週	
11	105/04/25~ 105/05/01	Ch 8.網路消費者行為	
12	105/05/02~ 105/05/08	Ch 9.網路行銷與應用	

13	105/05/09~ 105/05/15	Ch 9.網路行銷與應用	
14	105/05/16~ 105/05/22	Ch10.網路行銷與產品	
15	105/05/23~ 105/05/29	Ch10.網路行銷與產品	
16	105/05/30~ 105/06/05	Case presentation	
17	105/06/06~ 105/06/12	Case presentation	
18	105/06/13~ 105/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項		1.缺席一次扣學期總成績2分，全勤者將加學期總分2分。全勤紀錄由第一週即開始紀錄，而非加退選之後才計算。 2.所有本堂課的資訊將公佈於教學支援平台，請同學隨時注意平台上的資訊。	
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		樂斌、陳苡任，2012，網路行銷-理論、實務與CEO證照，台中：滄海。	
參考書籍		講義	
批改作業 篇數		2 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： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈期末報告〉：30.0 %	
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/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。	