

淡江大學 110 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	網路行銷行為 INTERNET MARKETING STRATEGIES BASED ON CONSUMER BEHAVIOR	授課教師	游進湧 CHIN-YUNG YU
開課系級	資工一碩專班 A TEIXJ1A	開課資料	實體課程 選修 單學期 3學分
課程與SDGs關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
<p>一、培養獨立研究解決問題。</p> <p>二、提昇研發能量創意設計。</p> <p>三、厚植資訊工程專業知能。</p> <p>四、養成自發自主終生學習。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 獨立解決問題能力。(比重：20.00)</p> <p>B. 獨立研究創新能力。(比重：20.00)</p> <p>C. 論文撰寫發表能力。(比重：10.00)</p> <p>D. 資訊工程研發能力。(比重：30.00)</p> <p>E. 專案計畫管理能力。(比重：10.00)</p> <p>F. 自主終生學習能力。(比重：10.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：20.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：20.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：10.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：10.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：10.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：10.00)</p>			

課程簡介	網路行銷不再是電子商務與資訊技術的附屬品，並介紹網路行銷的理論、實務與未來。
	Internet marketing is no longer a subsidiary of e-commerce and information technology, and introduces the theory, practice and future of internet marketing.

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能 (Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	學生能瞭解網路行銷導論	Students will be able to understand the internet marketing.
2	介紹網路行銷理論	Introduce the concept of internet marketing.
3	介紹網路行銷實務與討論。	introduced the concept, practice and discussion.
4	介紹網路行銷服務與未來。	Introduces the concept of internet marketing service and features.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABCDEF	12345678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	AE	25	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	技能	AE	25	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
4	技能	AE	25	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
----	------	---------------------	----

1	111/02/21~ 111/02/25	第一章 網路行銷概論	
2	111/02/28~ 111/03/04	第二章 網路行銷相關定義與模式	
3	111/03/07~ 111/03/11	第三章 電子商務	
4	111/03/14~ 111/03/18	第四章 支付工具	
5	111/03/21~ 111/03/25	第五章 網路媒體	
6	111/03/28~ 111/04/01	第六章 網路廣告	
7	111/04/04~ 111/04/08	第七章 社群行銷力量	
8	111/04/11~ 111/04/15	第八章 顧客成本—定價(Price)決策	
9	111/04/18~ 111/04/22	個案探討	
10	111/04/25~ 111/04/29	期中報告	
11	111/05/02~ 111/05/06	第九章 顧客便利—全通路(Omni Channel)決策	
12	111/05/09~ 111/05/13	第十章 網路與社群行銷	
13	111/05/16~ 111/05/20	第十一章 社群媒體行銷工具	
14	111/05/23~ 111/05/27	第十二章 網路行銷工具	
15	111/05/30~ 111/06/03	第十三章 網紅紅甚麼	
16	111/06/06~ 111/06/10	分組報告	
17	111/06/13~ 111/06/17	分組報告	
18	111/06/20~ 111/06/24	期末報告	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		一、網路行銷	
參考文獻			

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： 30.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈期末報告〉：40.0 %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→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。