

淡江大學 113 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	網路行銷-智慧商務時代	授課 教師	游進湧 CHIN-YUNG YU
	INTERNET MARKETING-SMART E-COMMERCE		
開課系級	資工一碩專班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TEIXJ1A		
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			
一、培養獨立研究解決問題。 二、提昇研發能量創意設計。 三、厚植資訊工程專業知能。 四、養成自發自主終生學習。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 獨立解決問題能力。(比重：20.00) B. 獨立研究創新能力。(比重：20.00) C. 論文撰寫發表能力。(比重：10.00) D. 資訊工程研發能力。(比重：20.00) E. 專案計畫管理能力。(比重：10.00) F. 自主終生學習能力。(比重：20.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：20.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

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	CDF	4567	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	CDF	4678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	技能	CDF	45678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
4	技能	ABCEF	12345678	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	113/09/09~ 113/09/15	第一章 網路行銷概論	
2	113/09/16~ 113/09/22	第二章 網路行銷相關定義與模式	
3	113/09/23~ 113/09/29	第三章 電子商務	
4	113/09/30~ 113/10/06	第四章 支付工具	
5	113/10/07~ 113/10/13	第五章 網路媒體	
6	113/10/14~ 113/10/20	第六章 網路廣告	
7	113/10/21~ 113/10/27	第七章 社群行銷力量	
8	113/10/28~ 113/11/03	第八章 顧客成本—定價(Price)決策	
9	113/11/04~ 113/11/10	個案探討	
10	113/11/11~ 113/11/17	期中報告	
11	113/11/18~ 113/11/24	第九章 O2O、OMO及全通路(Omni Channel)決策	
12	113/11/25~ 113/12/01	第十章 網路與社群行銷	
13	113/12/02~ 113/12/08	第十一章 社群媒體行銷工具	
14	113/12/09~ 113/12/15	第十二章 網路行銷工具分析	
15	113/12/16~ 113/12/22	第十三章 AI 行銷	
16	113/12/23~ 113/12/29	個案探討	
17	113/12/30~ 114/01/05	分組報告	
18	114/01/06~ 114/01/12	期末報告	
課程培養 關鍵能力		自主學習、資訊科技、問題解決	
跨領域課程		STEAM課程(S科學、T科技、E工程、M數學，融入A人文藝術領域) 素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))	
特色教學 課程		專案實作課程 專題/問題導向(PBL)課程	
課程 教授內容		邏輯思考 永續議題	

修課應 注意事項	
教科書與 教材	自編教材:簡報 採用他人教材:教科書、簡報
參考文獻	
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： 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。