

淡江大學114學年度第1學期課程教學計畫表

課程名稱	網路行銷策略	授課教師	游進湧 CHIN-YUNG YU					
	DIGITAL MARKETING STRATEGY							
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								
<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：20.00)</p> <p>D. 資訊工程研發能力。(比重：10.00)</p> <p>E. 專案計畫管理能力。(比重：20.00)</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：10.00)</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：20.00)</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	CF	13678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCDEF	12345	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	技能	ABCDEF	1235	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
4	技能	ABCDEF	12345	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	114/09/15~114/09/21	第一章 網路行銷概論	
2	114/09/22~114/09/28	第二章 網路行銷相關定義與模式	
3	114/09/29~114/10/05	第三章 電子商務	
4	114/10/06~114/10/12	第四章 支付工具	
5	114/10/13~114/10/19	第五章 網路媒體	
6	114/10/20~114/10/26	第六章 網路廣告	
7	114/10/27~114/11/02	第七章 社群行銷力量	
8	114/11/03~114/11/09	第八章 顧客成本一定價(Price)決策	
9	114/11/10~114/11/16	個案探討	
10	114/11/17~114/11/23	期中報告	
11	114/11/24~114/11/30	第九章 O2O、OMO及全通路(Omni Channel)決策	
12	114/12/01~114/12/07	第十章 網路與社群行銷	
13	114/12/08~114/12/14	第十一章 社群媒體行銷工具	
14	114/12/15~114/12/21	第十二章 網路行銷工具分析	
15	114/12/22~114/12/28	第十三章 AI 行銷	
16	114/12/29~115/01/04	個案探討	
17	115/01/05~115/01/11	分組報告	
18	115/01/12~115/01/18	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	<p>「教學計畫表管理系統」網址：https://web2.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。</p> <p>※「遵守智慧財產權觀念」及「不得不法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>