



《尊重智慧財產權，請使用正版教科書，勿非法影印書籍及教材，以免侵犯他人著作權》

開課班級: 四企管二A

授課老師: 吳至倫

學分數: 3

課程大綱:

在當今的商業環境中，網路行銷是至關重要的一部分。它不僅限於在網絡上放置廣告，而是一門複雜的策略性領域，它結合了市場研究、消費者行為分析、策略制定和效果評估等多個方面。這個課程的第一部分旨在為學生提供有關網路行銷的基本知識和背景。演變與趨勢：

我們將深入研究網路行銷的歷史演變，從過去到現在，並探討未來的趨勢。學生將了解到，隨著科技的發展和消費者行為的改變，網路行銷已經成為現代企業成功的不可或缺的一部分。策略性行銷：

了解網路行銷策略的重要性，以及如何制定和實施策略以實現業務目標。我們將著重於策略性的思考，並探討如何選擇適當的績效指標來評估成功。計畫制定：

學習如何制定有效的網路行銷計畫。這包括設定明確的目標、分析目標市場、評估競爭環境和分配預算。這是成功的網路行銷的基礎，並將為學生提供實踐能力。網路行銷是一個充滿挑戰和機會的領域。這個課程的第一部分將為學生提供必要的背景知識，幫助他們了解這個領域的重要性以及成功所需的策略性思考。

outline:

In today's business environment, digital marketing is a crucial component. It goes beyond merely placing advertisements online; it is a multifaceted, strategic field that combines aspects such as market research, consumer behavior analysis, strategic planning, and performance evaluation. The first part of this course aims to provide students with fundamental knowledge and background about digital marketing. Evolution and Trends: We will delve into the historical evolution of digital marketing, from the past to the present, and explore future trends. Students will come to understand that, with technological advancements and shifts in consumer behavior, digital marketing has become an indispensable part of modern business success. Strategic Marketing: Understanding the importance of digital marketing strategies and how to formulate and implement them to achieve business objectives. We will emphasize strategic thinking and discuss how to select appropriate performance indicators for assessment. Planning: Learning how to create effective digital marketing plans. This includes setting clear objectives, analyzing target markets, evaluating the competitive landscape, and allocating budgets. It forms the foundation of successful digital marketing and equips students with practical skills. Digital marketing is a field full of challenges and opportunities. The first part of this course will provide students with the necessary background knowledge, helping them comprehend the significance of this field and the strategic thinking required for success.

教學型態:

課堂教學+小組討論

成績考核方式:

平時成績:30%

期中考:35%

期末考:35%

其它:%

本科目教學目標:

- 1.理解網路行銷演進： 教授學生將了解網路行銷的歷史演進，從起初發展到現今的情況。幫助學生識別影響網路行銷實踐的主要趨勢和轉變。
- 2.強調策略性思維：



教授學生認識到策略規劃在網路行銷中的關鍵重要性。

幫助學生學習如何制定並實施有效的網路行銷策略，以實現具體的業務目標。

3. 績效評估技能： 教授學生具備選擇並評估網路行銷活動的適當績效指標的能力。

幫助學生了解績效指標如何有助於評估網路行銷努力的成功程度。 4. 有效規劃與執行：

教授學生獲得創建全面網路行銷計畫的實際技能。

幫助學生學習確定明確目標、分析目標市場、評估競爭環境和分配預算的重要性。

5. 了解未來趨勢：

教授學生探索網路行銷中新興趨勢，以及這些趨勢對未來商業實踐的潛在影響。

幫助學生建立對網路行銷可能如何演變的前瞻性觀點。

透過這些教學目標旨在使學生具備對網路行銷的基本理解，強調策略性思維、績效評估、有效規劃以及對未來趨勢的識別。

參考書目：

1. 陳正忠 / 網路行銷概論 (八版) / 華泰文化 2. 曾光華 / 行銷管理概論6/e / 前程文化



課程進度表：

週次	起訖月日	授課單元(內容)	備註
第1週	9.08~9.15	課程說明(大綱、評分標準、考試方式、期末報告規定) 第1章 現代網路行銷	8日正式上課。8~12日課程加退選,轉學(系)生、復學生及延修生選課,雙主修、輔系申請,12日申辦抵免學分截止日
第2週	9.15~9.22	第2章 網路行銷研究	
第3週	9.22~9.29	第3章 人工智慧與行銷	28日(日)孔子誕辰紀念日/教師節(放假),29日(一)補假
第4週	9.29~10.06	第4章 網路消費者行為	29日成績優異提前畢業者提出申請截止日
第5週	10.06~10.13	第5章 網路行銷的競爭策略	6日(一)中秋節(放假),10日(五)國慶日(放假)
第6週	10.13~10.20	第6章 網路提供的服務	14日學生宿舍安全輔導暨複合式防災疏散演練。18日多益測驗
第7週	10.20~10.27	第7章 產品與品牌策略	24日(五)補假,25日(六)光復暨古寧頭大捷日(放假)。
第8週	10.27~11.03	第8章 網路訂價策略	30日校課程委員會
第9週	11.03~11.10	期中考	3~9日期中考試
第10週	11.10~11.17	第9章 網路配銷	13日教務會議,16日教師期中成績上網登錄截止日
第11週	11.17~11.24	第10章 網路行銷傳播	
第12週	11.24~12.01	第12章 社群媒體行銷	24~28體育運動週。24日校園路跑。27日運動大會夜間開幕,28日運動大會活動,29日101週年校慶活動日,照常上班
第13週	12.01~12.08	第13章 數據行銷	
第14週	12.08~12.15	第8章 社群行銷	12日申請停修課程截止日
第15週	12.15~12.22	第14章 數位多媒體廣告 第15章 客戶關係管理	
第16週	12.22~12.29	第16章 人工智慧於數位行銷的應用-ChatGpt為例	22日校務會議。25日行憲紀念日(放假)
第17週	12.29~1.05	期末報告	1日(四)開國紀念日(放假)
第18週	1.05~1.12	期末報告	5~11日期末考試,10~11日學生退宿