

開南大學 95 年度第 2 學期資訊傳播學系、所、中心科目教學計劃表

課程編號	2	0	3	0	4	0	7	8	0	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	授課教師：許新標 開課系所：資訊傳播 年級班別：四 年 AB 班	老師 學系
班次	01											
課程名稱(中文)										學分數	課程名稱(英文)	
網路行銷										3	Internet Marketing	
教學目標 與內容	正視網際網路不同於其他傳媒的獨特性，討論網際網路產生的新行銷概念，病毒行銷、許可式行銷、置入式行銷，以及網路品牌管理與維護											
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法 <input type="checkbox"/> 實作法 <input checked="" type="checkbox"/> 討論法 <input type="checkbox"/> 演習法 <input type="checkbox"/> 問答法 <input type="checkbox"/> 其他_____											
評量方式	期中測驗 30% 期末測驗 30% 平時成績 30% 其他 上課參與討論 成績 10%											
授課使用及 參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。 林豪鏘、曹修源，網路行銷，旗標出版社，台北發行，2004 年 7 月，書號： F7840A											
科目簡介(可含大綱及教學進度)：												
第一章 數位經濟時代 第二章 網路行銷藍圖 第三章 網路化產品開發與管理 第四章 網路定價策略 第五章 網際網路配銷策略 第六章 網路行銷推廣策略 第七章 網路廣告 第八章 網路品牌管理 第九章 網際網路與關係行銷 第十章 網路消費者行為 第十一章 網路購物意願 第十二章 產品類型與消費者網路購物意願 第十三章 網路行銷應用實例 第十四章 網路行銷與無線通訊 第十五章 網路與資訊科技新趨勢												
說明：												
1. 授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。												
2. 本表於 91.4.23 第四次校課程委員會討論通過。												

課程委員會召集人：

授課教師：許新標



許新標 2007/2/27



95.3.29

收文學