



網路行銷

(選修、一年級、3學分)

應達成核心能力：1.電子化管理與科技應用能力

課程概述

網路行銷是一個典範轉移，是一項革命性的新整體概念…結合了「網路」與「行銷」兩個主題，融合淬煉出網路行銷的精髓。

本課程強調單一物種的核心能力之外，更強調網路行銷上的兩項原則：人無法與天爭，以及生態大於物種。在網路行銷競爭策略中，除了考慮自身的核心能力(物種)之外，還要考慮外在環境(生態)。

1.人無法與天爭：網際網路是資訊時代的發明，它存在的目的是在革工業時代產業的命，目的是要將產業經濟帶入資訊時代。

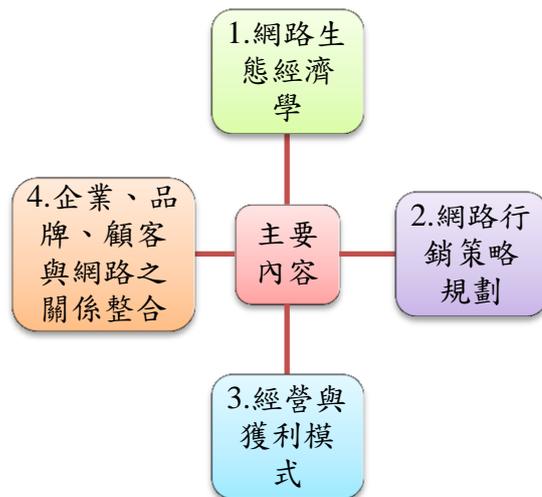
2.生態大於物種：網路生態部分包括了三個面向。(1)人：一個人、一群人、虛擬社群；(2)網：一個網、一群網、與虛擬企業間的競爭，以及(3)人與網之間的互動：關係、價格獲利、與自然成長。因此本教學目標為此三個面向，並從這三個面向學習到如何於充滿競爭的網路行銷世界中生存。

教學目標

- 1.能闡述網路生態經濟學的原則
- 2.能應用網路行銷策略及相關科技平台
- 3.能說明人、網、人與網這三面向的網路生態與互動關係
- 4.能指出國內外案例之網路行銷模式與價格獲利
- 5.能歸納企業、品牌、顧客與網路之關係

教學主題

本課程教學內容至少應涵蓋以下重要主題：



教學方法

本課程上課方式採遠距教學，依「大學遠距教學實施辦法」辦理開課，至少採取以下五種教學方法。

1. 多媒體教學法
2. 講述教學法
3. 討論教學法
4. 練習教學法
5. 合作學習法

評量方式

本課程評量方式應採多元學習評量，至少以下四種。

1. 線上議題討論互動
2. 面授課參與表現
3. 期中評量(報告或考試)
4. 期末評量(報告或考試)