

# 美和科技大學



企業管理系

課程規範

課程名稱：

網路行銷

中華民國 114 年 10 月制定

## 1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	網路行銷	
	英文	Internet Marketing	
適用學制	二年制學院進修部	必選修	選
適用部別	夜間部	學分數	2
適用系科別	夜二技企業管理系	學期/學年	1 學期
適用年級/班級	夜二技企三甲	先修科目或先備能力	無

## 2. 企業管理系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「專業職能」為目標。

專業職能	就業途徑	職能
	行銷管理	B1-運用及評估與市場相關的資訊，並且擬定整體的行銷策略。
		B2-擬定產品或服務策略，以回應市場的需求。
		B3-擬定通路策略，以降低成本並發揮通路之最大效益。
		B4-擬定價格以及調整價格，以追求利潤與顧客價值的最大化。
		B5-擬訂與產品的服務以及形象相關的宣傳策略，以達到理想之效果。
		B6-進行行銷管理以及例行作業和溝通，以確保與相關單位的溝通及作業順暢。
零售與通路管理		C1-評估與銷售相關的資訊，以協助進行銷售的決策及管理。
		C2-規劃並且執行商品的通路策略。
		C3-擬定並且執行商品的進出貨管理流程。
		C4-依據商品的經銷策略，執行通路管理。
		C5-協助經銷商以及零售通路商，進行銷售活動。
		C6-針對經銷通路商提供銷售訓練。

### 3. 課程對應之 UCAN 職能

課程 斜線 職能	專業職能 M	專業職能 A
網路行銷	<p>B2-擬定產品或服務策略，以回應市場的需求。</p> <p>B3-擬定通路策略，以降低成本並發揮通路之最大效益。</p> <p>B4-擬定價格以及調整價格，以追求利潤與顧客價值的最大化。</p> <p>B5-擬訂與產品的服務以及形象相關的宣傳策略，以達到理想之效果。</p> <p>B6-進行行銷管理以及例行作業和溝通，以確保與相關單位的溝通及作業順暢。</p> <p>C2-規劃並且執行商品的通路策略。</p> <p>C3-擬定並且執行商品的進出貨管理流程。</p> <p>C4-依據商品的經銷策略，執行通路管理。</p> <p>C5-協助經銷商以</p>	<p>B1-運用及評估與市場相關的資訊，並且擬定整體的行銷策略。</p> <p>C1-評估與銷售相關的資訊，以協助進行銷售的決策及管理。</p>

	及零售通路商， 進行銷售活動。 C6-針對經銷通路 商提供銷售訓 練。	
--	---	--

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

## 4. 教學目標

### 本課程可以達到以下目標：

- 本課程旨在瞭解網路行銷的理論與實務應用，培養能結合數位科技、人工智慧與電子商務的整合行銷思維：
- 了解網路行銷基本概念與數位環境變化。
- 掌握行銷策略模式與網路行銷法規。
- 運用人工智慧工具提升行銷成效與顧客體驗。
- 熟悉電子商務與支付機制的應用。
- 具備社群行銷與關鍵字廣告操作能力。
- 能整合數據分析結果，提出具體行銷企劃方案。

## 5. 課程描述

### 5.1 課程說明

本課程以理論與實務並重方式進行，內容涵蓋網路行銷概論、行銷模式、人工智慧應用、電子商務、網路廣告與社群行銷等主題。  
透過實例分析與操作練習，使學生熟悉關鍵字廣告與社群媒體操作，並能運用行銷分析工具進行資料判讀與策略擬定，以培養數位時代下的整合行銷能力。

## 5.2 課程綱要

本課程規劃內容綱要及課程設計養成之職能：

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	CH1 網路行銷概論	B1 運用及評估市場資訊並擬定整體行銷策略。	2
2	CH1 網路行銷概論 (續)	B1、B2 擬定產品或服務策略以回應市場需求。	2
3	CH2 網路行銷相關 定律與模式	B3 擬定通路策略以降低成本並發揮效益。	2
4	CH2 網路行銷相關 定律與模式(續)	B5 擬訂產品形象與宣傳策略。	2
5	CH3 人工智慧在行 銷上之應用	B6 行銷管理與例行作業及溝通。	2
6	CH3 人工智慧在行 銷上之應用(續)	B2、B5 應用 AI 制定行銷與宣傳策略。	2
7	CH4 電子商務	C1 評估銷售相關資訊以協助銷售決策。	2
8	CH4 電子商務 (續)	C2 規劃並執行商品通路策略。	2
9	期中考		2
10	CH5 支付工具之類 型與說明	C3 擬定並執行商品進出貨及支付管理流程。	2
11	CH6 網路媒體與網 路廣告	B5 擬訂宣傳策略以達理想效果。	2
12	CH7 關鍵字搜尋與 廣告	B4、B5 擬定價格與廣告投放策略。	2
13	CH7 關鍵字搜尋與 廣告(續)	B6 進行行銷管理與效益分析。	2
14	CH8 社群行銷	B5、C5 協助通路商進行銷售與宣傳活動。	2
15	CH8 社群行銷 (續)	B6、C6 提供銷售訓練與協作能力。	2
16	CH9 網站架設之實 作	C2、C4 規劃通路與執行商品展示管理。	2
17	CH10 個案探討	B1-B6、C1-C6 綜合運用行銷與通路職能。	2
18	期末考		2

### **5.3 教學活動**

講授法：以理論架構結合理論與案例分析。

討論法：進行行銷策略與社群行銷案例討論。

## **6. 成績評量方式**

- (1)期中考：30%，筆試
- (2)期末考：30%，筆試
- (3)平時成績：40%，包含出席率、上課表現等。
- (4)各項成績比率得由授課老師彈性決定。授課老師須於學期初向任教班級詳細說明成績計算方式並填入教學計畫表；必要時，授課老師得依學校成績計算相關規定調整，並公告週知，以免爭議。

## **7. 教學輔導**

### **7.1 課業輔導/補救教學對象：**

- (1)成績預警之學生：學習進度落後，以及期中考和成績低於 60 分的同學依「美和科技大學學生課業及考照輔導辦法」，配合教師發展中心、成績預警制度進行輔導。
- (2)成績欠佳之學生：凡學習成效不佳、動機不強之學生，除特別提醒外並安排於課輔時間了解原因並輔導，同時強化學生於報告及討論等平時成績的參與及重視。
- (3)有特別學習需求之學生：因其他特殊學習需求，學生有個別需要深入瞭解本科目更深入的學習內容、特殊主題或進階應用有興趣者。

### **7.2 課業輔導/補救教學之實施**

課業輔導/補救教學之實施方式，採下列方式進行：

- (1)分組互助教學：建立小組同儕學習制度，將學生予以分組，並於每組中安排成績優異的學生擔任組長，以隨時協助成績欠佳學生跟上學習進度，並可借此形成互相觀摩學習的讀書風氣。
- (2)課後輔導：由授課教師於課輔時間 (Office Hours)，幫助成績欠佳或有特別學習需求之學生，進行課後輔導。
- (3)補救教學：授課教師額外指定成績欠佳學生，進行課後作業練習，使其能在不斷的練習中獲得進步。

### **7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式**

- ◆ 輔導時間：授課老師安排
- ◆ 輔導老師聯繫方式：

(1). 授課教師手機：

(2). 授課教師：

(3). 教師研究室：