



課 綱 Course Outline
企業管理學系一般組

中文課程名稱 Course Name in Chinese	數位行銷				
英文課程名稱 Course Name in English	Digital Marketing				
科目代碼 Course Code	BM__66160	班 別 Degree	碩士班 Master' s		
修別 Type	選修 Elective	學分數 Credit(s)	3.0	時 數 Hour(s)	3.0
先修課程 Prerequisite					
課程目標 Course Objectives					
伴隨著行動數位建設的普及與使用的流行，網路、數位化與行銷已密不可分。本課程將從消費者與企業的角度讓學生了解如何在行動數位時代中規劃數位行銷策略，以及企業運用數位科技執行數位行銷活動，以及進行數位行銷研究之基本知識。					
系教育目標 Dept.' s Education Objectives					
1	培養具國際觀之中階企業經理能力之人 Cultivating talent managers rank among the international outlook ability				
2	培養具資訊科技專業能力之人 Cultivating professional managers equipped with IT management proficiency				
3	培養具人文素養與本土產業關懷專業經理能力之人才 Cultivating equipped with human culture and the ability to care for the local industry professional managers				
4	培養能運用理論於實務執行專業經理之人 Cultivating the theory in practice to perform professional talent manager				
系專業能力 Basic Learning Outcomes				課程目標與系專業能力相關性 Correlation between Course Objectives and Dept.' s Education Objectives	
A	具備企業管理理論的核心專業知識 Core knowledge of theories related to business management				
B	具備邏輯思考與企業經營管理問題解決的能力 Capability of logical thinking and problem solving to business management			●	
C	具備領導、溝通協調與團隊運作的能力 Capability of leadership, communication, and collaboration			○	

D	具備國際觀以及外語溝通的能力 Global perspective and capability of communication in foreign languages	●
E	具備資訊科技之妥善運用能力，以培育企業經營之運籌帷幄 Capability of IT applications for business operations	●
F	具備企業倫理以奠定經營觀念之認知與堅持 Having recognition and persistence of business ethics	○

圖示說明Illustration：● 高度相關 Highly correlated ○ 中度相關 Moderately correlated

課程大綱
Course Outline

一、緒論:數位行銷時代來臨、數位行銷概論
二、數位時代下的消費者行為
三、數位行銷相關理論與模式
四、數位行銷策略規劃:數位市場區隔、數位目標市場、定位策略
五、數位行銷工具與行銷組合應用
六、數位行銷課題:網路廣告媒體、電子口碑行銷、社群網站行銷、行動與數位工具行銷、數位創意行銷、內容行銷等。

資源需求評估（師資專長之聘任、儀器設備的配合．．．等）
Resources Required (e.g. qualifications and expertise, instrument and equipment, etc.)

主修行銷管理、具備數位行銷相關學術或實務專長之師資

課程要求和教學方式之建議
Course Requirements and Suggested Teaching Methods

1. 數位行銷相關理論的講授
2. 企業數位行銷個案報告
3. 企業參訪
4. 期末考

其他
Miscellaneous