

明志科技大學管理暨設計學院
數位行銷設計碩士學位學程課程綱要

課程名稱：（中文）電子商務研究		開課單位	數位行銷設計碩士學位學程	
（英文）E-Commerce Research		課程代碼		
可授課教師：				
學分數/時數	3/3	☐ 必修 ☒ 選修	年級/學期	下學期
先修科目或先備能力：無				
課程目標：本課程旨在培養數位行銷設計領域之碩士生，具備電子商務之研究分析與策略規劃能力。課程聚焦於數位平台與電子商務生態系之運作模式，並結合消費者行為分析、數據應用與商業模式設計，引導學生理解電子商務之發展趨勢與關鍵成功因素。透過理論與實務整合之教學方式，培養學生能運用數據分析工具與研究方法，探討電子商務平台之營運策略、使用者體驗與顧客價值創造，並進一步提出具創新性與可行性之數位商業模式與行銷策略。				
教科書	無			
參考書	無			
E 化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)			
教學方法 (可複選)	☒ 理論講授、 ☒ 實務講授、 ☒ 個案分析、 ☐ 企業參訪、 ☐ 業師協同、 ☐ 遠距教學、 ☒ 分組實作、 ☐ 課堂練習、 ☐ 演講、 ☐ 其它_____			
評量方法 (可複選)	☐ 筆試、 ☒ 實作(作業)、 ☒ 書面報告、 ☒ 口頭簡報、 ☐ 競賽、 ☐ 其它_____			
課程綱要			培育之核心能力(請填代碼)	
單元主題	內容			
1. 電子商務研究導論	比較數位商務與傳統商務之研究差異；建立電子商務的世界觀養成。		☒ 整合數位行銷與設計專業知識之能力。 ☐ 運用數位工具與數據分析進行行銷設計之能力。 ☒ 結合創新思維與策略提出整合性行銷設計方案之能力。 ☐ 解決複雜行銷設計問題並兼顧永續與社會責任之能力。 ☒ 執行行銷設計專案管理並	
2. 電子商務理論與平台設計	介紹電子商務理論派典，探討如何從設計師觀點分析平台互動模式與商務模型。			
3. 數位市場之批判性思考	培養對電子商務趨勢（如數據隱私、演算法偏誤）的批判能力，並養成正確批判態度。			

4. 購物者洞察與深度訪談	學習撰寫問題、編輯訪談大綱，透過深度訪談挖掘線上購物者的潛在心理需求。	展現跨域協作與團隊合作之能力。 ☐ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能力。
5. 資料編碼與營運策略轉化	學習編碼原則，將訪談與觀察資料解析為具備實證基礎的電子商務設計策略。	☐ 實踐專業與資訊倫理並展現人文關懷與社會影響力之能力。
6. 獨立研究與電商專案實作	學習獨立研究流程，進行電子商務經營專題實作並發表具人文關懷之報告。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
文獻分析	選定電子商務（如平台經濟、OMO、電商策略）文獻進行評析，培養理論理解與批判能力。。	20%
設計實作	使用電商分析工具進行流量、轉換率或顧客行為分析	30%
期末專題報告	分組完成電子商務期末專題報告，規劃完整電商商業模式與行銷策略（含市場分析、UX、營運規劃）	30%
課程參與	課堂分組討論參與與回饋表現	20%
檢核標準：		
幾乎能展現：A-~A+、能展現 75%水準：B-~B+、能展現 60%水準：C-~C+、僅能展現 60%以下水準：F~D		

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】