

致理科技大學圖書館



241399

理 致

致理科技大學

資訊管理系專題報告

網路行銷—Aroma Mask 晨曦

Internet Marketing—Aroma mask

專題生：林文豪(60210123)

林鴻華(60210131)

徐美雪(60210132)

魏 彤(60210137)

葉宜君(60210138)

沈宗葆(60210150)

指導教授：林裕淇 博士

中華民國 105 年 7 月

目錄

摘要	i
ABSTRACT	ii
誌謝	iii
目錄	iv
表目錄	v
圖目錄	vi
1. 前言	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	1
1.3 研究問題	1
1.4 研究限制	2
2. 文獻探討	3
2.1 網路行銷與電子商務的相通點	3
2.2 網路行銷和電子商務的區別	3
2.3 電子商務	4
2.4 網路行銷	4
3. 研究方法	5
3.1 研究架構	5
3.2 研究假說	8
3.3 問卷設計	8
3.4 資料分析方法	8
4. 資料分析	9
5. 結論與未來研究方向	24
5.1 研究結果	24
5.2 研究建議	25
5.3 未來研究方向	25
參考文獻	
中文部分	26
英文部分	26

表目錄

表 1. 問卷設計	8
表 2. 消費者香水使用頻率	18
表 3. 消費者資料	18
表 4. 消費者使用頻率	19
表 5. 消費者每月預算	19
表 6. 品牌比較表	23

圖目錄

圖 1. 研究流程圖	5
圖 2. 香水研究結構圖	6
圖 3. 面膜研究結構圖	7
圖 4. 消費者型態	9
圖 5. 消費者是否使用	11
圖 6. 消費者使用習慣	12
圖 7. 消費者購買決策	13
圖 8. 消費者購買型態與重視功能	15
圖 9. 網路市場流程圖	22