

目錄

圖目錄

第壹章 緒論	2
第一節 研究背景	2
第二節 研究動機	2
第三節 研究目的	3
第貳章 文獻回顧與探討	4
第一節 電子商務的興起	4
第二節 網路行銷的好處	9
第三節 網路行銷的策略	11
第四節 消費者行為模式的改變	19
第五節 C2C 分析	22
第參章 研究內容與方法	29
第一節 研究流程	29
第二節 研究方法	30
第三節 SWOT 分析	33
第肆章 研究結果分析與討論	33
第一節 產業現況分析	34
第二節 個案公司(某特定商品)網路行銷分析	35
第三節 網站設計	36
第四節 網路行銷活動	38
第伍章 結論與未來展望	40
第一節 結論	40
第二節 未來展望	41
參考文獻	42
附錄	42
附錄一、畢業專題 系統操作手冊	43
附錄二、問卷	73