**前言**

為支援教師採用不同的學與教策略教授企業、會計與財務概論科商業管理單元，教育局課程發展處科技教育組編訂該學與教資源系列，為教師提供不同形式的學與教活動。

本學與教資源系列包括六個與商業管理單元相關的主題，每個主題均備有教師指引、概念闡釋、參考資料、建議書目，以及學生工作紙等。

本資源套引用生活實例進行建議的教學活動。內容提供的網頁連結更新至2018年11月2日。教師在使用有關資料時宜按需要作適當更新。

企業、會計與財務概論活動式資源 主題二：探索電子市場營銷的優點

商業管理單元

市場營銷管理

**「企業、會計與財務理論」活動式資源**

商業管理單元 --市場營銷管理

***主題二 :*** ***探索電子市場營銷的優點***

**教師指引**

**1. 學習重點**

完成活動後，學生應能夠：

* 掌握市場營銷管理的知識
* 辨識市場營銷組合的元素
* 說出不同的電子市場營銷策略
* 比較傳統市場營銷策略和電子市場營銷策略
* 應用溝通技巧表達看法和分享個人經驗

**2. 學生的已有知識**

*必修部分：*

* 市場營銷管理作為其中一項主要商業功能的角色和重要性

*選修部分：*

* 市場營銷組合的概念
* 市場營銷組合策略
* 傳統市場營銷策略和電子市場營銷策略的分別

**3. 活動說明**

***3.1***  ***電子市場營銷活動***

***活動 1(A):*** ***電子市場營銷活動經驗分享***

請學生回想自己參與電子市場營銷活動的經驗，例如網上購物，並在學生工作紙1寫下個人經歷或事件。除網上購物外，也可包括其他例子，如：搜尋產品資訊、獲取公司提供的電子推廣資料、在社交媒體分享購買後的資訊等。

為了給學生更多提示和提高他們的興趣，教師可嘗試利用以下例子闡述電子市場營銷活動：

<https://www.mymms.com> （透過網上購物使產品變得個人化）

<http://www.cr-asia.com/big5/business/about_fingershopping.htm> （一則關於新創立購物網站的新聞）

<https://order1.pizzahut.com.hk/tc/order.html> （出售的產品、推廣優惠、會員計劃和與顧客的連繫）

***活動 1(B)：課堂上小組分享和匯報***

請學生分成5-6 人的小組，分享他們參與電子市場營銷活動的經歷和經驗。其後，學生可在組內選出數個代表，在課堂上匯報經歷或事件。

***活動 2(A)：收集數據／資料***

聽了幾組同學分享他們的經歷後，鼓勵學生透過剪報、查看公司的網站和進行訪問，收集更多資料。除了上述**活動 1(A)** 列出的例子外，電子市場營銷活動還包括：

* 公司如何利用數碼科技傳達顧客正在尋找的「內容」
* 收集數據並向他們以識別顧客組別／顧客群和傳送廣告
* 為個別顧客度身訂造推廣計劃
* 與顧客保持緊密聯絡和互動，繼而可更有效評估和滿足顧客的需要

***活動 2(B)：小組討論***

參考活動2(A) 所收集的資料，學生需要分成小組，識別電子市場營銷策略相比傳統市場營銷策略的優勝之處（以同學所分享的例子作闡述）。把解釋填在**工作紙 2**。

***活動 3(A)：跟進／延伸活動***

請學生組成5至6 人的小組，每組須為下列其中一項產品策劃一個市場營銷組合並概述計劃：補鞋、雞蛋仔、廚藝班（如咖啡沖調／蛋糕製作班等）。把計劃寫在工作紙3。

計劃如涉及電子市場營銷策略，學生需把它們與營銷組合聯繫起來，並提出理據，解釋為何採用電子市場營銷策略或傳統市場營銷策略。學生亦應盡量利用在活動1 和 2 中學到的知識來解釋他們的選擇。

***活動 3(B)：小組匯報***

請各組在課堂上匯報計劃，其他同學需使用同儕互評表格為其他組別的計劃給予評價（***附錄 C***）。

***3.2 學生工作紙***

學生在進行本課題的各項活動時，會獲分發**四**張工作紙，以促進學習。工作紙的目的是引導學生有系統地完成各項活動，就學習進行反思，並幫助他們組織及鞏固觀點／概念。教師可以為課堂上的討論提供協助並在需要時提供指導。建議教師收回學生的工作紙，檢查他們的理解程度和進度，並給予回饋，以提升他們的學習能力。

***工作紙 1 ———————***

***活動 1(A)***

* 學生需回想曾經參與的電子市場營銷活動，並在(i)部加以描述。
* 在 (ii)部，學生需根據他們(i)部描述的活動提供有關細節。
* 詳情包括到訪的公司名稱、企業類型／購買的產品／服務；參與電子市場營銷活動的大約日期和時段、原因、形式等。
* 若學生不確定何謂電子市場營銷，教師可用以下例子提示他們：
* 推廣，例如下載優惠劵、拿取產品試用裝和免費體驗等
* 新產品介紹，例如更新新貨上架資訊的綜合電子目錄
* 使用網上系統進行交易及付款，例如 PayPal、「拍住賞」、PayMe 等
* 使用流動設備接收更多市場營銷資訊或電郵訊息
* 向公司提供回饋並分享購買後的經驗，例如使用Facebook、Instagram 或其他社交媒體
* 接收有趣的互動宣傳影片或資料

***活動 1(B)***

* 學生分成小組，互相分享各自的經歷，並在當中選出最有趣的個案在班上匯報。

***工作紙 2 ———————***

***活動 2(A)***

* 對市場營銷活動有多一點認識後，請學生收集更多有關電子市場營銷活動和策略的數據／資料

***活動 2(B)***

* 請學生就活動2(A)收集有關於電子市場營銷活動的資訊，討論電子市場營銷的優點，例如：
* 快速更新有關新產品／服務的資訊
* 方便隨時網上購物
* 享用推廣折扣
* 透過了解其他用家的評價來作出明智的消費決定

***工作紙 3 ———————***

***活動 3(A)***

* 請各組以市場營銷經理的身份，選擇一款產品／服務: (1) 補鞋、(2) 雞蛋仔，或 (3)烹飪班 (如沖調咖啡/烤製蛋糕等)，並為這產品／服務制訂市場營銷策略。
* 各組需考慮市場營銷組合的各項元素，為他們選擇的產品／服務建議市場營銷策略。在**工作紙3** 概述該計劃，並在下一課堂匯報。

***活動 3(B)***

* 邀請各組匯報他們為所選擇的產品／服務設計的市場營銷計劃。其他組需使用***附錄 C*** 的評估表格進行同儕互評，並給予回饋。

***工作紙 ４ ———————***

* 總結課題時，教師可問學生在他們的計劃有沒有運用中加入電子市場營銷策略：
  + 如有， 請他們解釋爲何在計劃中建議採用電子市場營銷策略，該策略可如何幫助產品/服務的銷售
  + 如沒有，請學生解釋爲何不採用電子市場營銷策略；有什麽因素須考慮

***3.3 口頭匯報***

i. 進行**活動1(B)**時，請各組選出的代表在課堂上匯報他們的有趣經歷／事件。

ii. 進行**活動3(B)**時，請各組作10分鐘的口頭匯報，概述他們為自己所選的產品／服務設計的電子市場營銷策略及／或傳統市場營銷策略的計劃。學生可適切地運用多媒體資源，如簡報、影片、圖像或其他形式來進行匯報。學生亦需留意同學的匯報和作出提問，進行同儕互評。

***3.4 評估***

1. 教師可根據下列的主要準則評估學生的表現，並向他們給予整體的回饋：
   * 分享經歷／事件的表現
   * 口頭匯報（流程、內容、視聽效果及時間管理）
   * 工作紙的質素
   * 對商業知識的理解和應用
   * 分析技巧等

ii. 活動3(B)的同儕互評——使用***附錄 C*** 的評估表格投票選出各組中最好的計劃：

* + 匯報流程
  + 構思的可行性
  + 內容
  + 理論和概念應用
  + 創意
  + 視聽效果
  + 合作和時間管理
  + 問答環節的表現

**4. 工作計劃表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **活動程序** | **學生工作紙** | **課堂內／外** | **所需時間** |
| ***引言 –*** 教師分享個人有關電子市場營銷活動的經驗為引子 | *--* | 課堂內 | 10分鐘 |
| ***活動 1(A)***   * 回顧個人網上購物或參與任何電子市場營銷活動的經驗並在**工作紙1**描述相關細節 | *工作紙 1* | 課堂內 | 15分鐘 |
| ***活動1(B)　 –　 小組分享***   * 學生分成小組，分享經驗，並選出組的代表在課堂上匯報 | *工作紙1* | 課堂內 | 15分鐘 |
| ***活動2(A)*** 　***–　小組活動***   * 收集公司進行電子市場營銷活動／策略的數據／資料 * 記錄收集到的數據／資料 | *工作紙2* | 課堂內／外 | 15分鐘 |
| ***活動2(B)　–　小組討論***   * 各組歸納和分析收集到的數據／資料 * 討論並列出電子市場營銷比傳統市場營銷的優勝之處 | *工作紙2* | 課堂內 | 20分鐘 |
| ***活動3(A) 　–　小組討論***   * 各組選擇一款產品／服務，並為它設計市場營銷組合策略 * 教師指導學生根據市場營銷組合的各個元素，設計他們的市場營銷組合策略 | *工作紙3* | 課堂內／外 | 25分鐘 |
| ***活動3(B)***   * 小組匯報和同儕互評 * 教師使用附錄C的同儕互評表格，指導學生進行同儕互評 | *工作紙3 及 附錄 C* | 課堂內 | 60分鐘 |
| ***課題總結***   * 教師參考工作紙4的跟進問題和***附錄 A***的注意事項進行總結 | *工作紙4 及附錄A* | 課堂內 | 15 分鐘 |
| ***延伸閱讀***   * ***附錄 B*** 為建議資料，以供參考 | *附錄B* | 課堂內／外 | -- |

**附錄 A**

**本課題所涵蓋和應用的概念**

1. ***市場營銷管理的角色***

* 市場營銷是管理有利可圖的客戶關係。市場營銷的雙重目標是透過保證的超卓價值來吸引新顧客，以及提供滿意的產品／服務使現有客戶增加。
* 廣義來說，市場營銷是一個社交和管理的過程，透過個人和組織互相創造和交換價值，得到各自需要和想要的東西。
* 明確而言，這是公司為顧客創造價值及建立牢固的顧客關係，以換取從顧客身上獲得相應價值的過程。

1. ***市場營銷組合的元素***

傳統市場營銷主要指區分顧客、鎖定目標、定位和組成市場營銷組合的策略。市場營銷組合由下列各部分組成：

* 產品（product）：公司為目標市場提供的貨品及／或服務組合；
* 價格（price）：顧客獲取產品／服務前需要支付的金額；
* 推廣（promotion）：傳達產品／服務優勝之處及游說目標顧客購買的活動；
* 分銷途徑（place）：使目標顧客接觸到產品的活動。

1. ***電子市場營銷的定義***

* 電子市場營銷是指透過利用數碼科技幫助銷售公司的貨品及／或服務和達成市場營銷目標。不論公司規模，這些科技都能補足傳統的市場營銷方法，價值甚高。根據 Kotler （2014年），電子市場營銷可包括網上市場營銷和流動市場營銷。
* 電子市場營銷有時涉及的範疇比互聯網市場營銷更廣，不但包括網絡、電郵、無線媒體等數碼媒體，同時亦包括管理數碼顧客數據和電子客戶關係管理系統（E-CRM 系統）。
* 電子市場營銷已成為市場營銷的一種快速增長形式，使用更多互聯網和數碼科技作市場營銷的趨勢將會持續。

1. ***電子市場營銷和市場營銷組合***

* 電子市場營銷包括與市場營銷組合（4Ps）有關的活動。明確而言，是指推廣和分銷途徑有關的活動。
* 如公司要進行電子市場營銷，可設立網上社交網絡、在網上登廣告和推廣、採用流動傳銷和市場營銷、設立網站，以及向顧客傳送電郵。
* 公司應用資訊科技，能更有效地根據顧客的個人願望和需要，調整市場營銷手法，例如網上訂購食物，「在線到離線」的市場營銷和流動銷售。
* 透過電子市場營銷和數據庫資料，公司能更容易地維持顧客關係，例如貴賓和會員計劃。吸引新顧客的成本通常比保留現有顧客為高，良好的顧客關係能有助交叉銷售和帶來經推介而來的顧客。

1. ***電子市場營銷比傳統市場營銷的優勝之處***

* 節省成本，顧客可享受更低廉的價錢，例如免除中介、減去租用實體店的需要
* 覆蓋全球，而且因沒有實質界限，可更易與顧客接觸
* 為顧客帶來便利，例如容易進行交易、同一網站包羅更多資訊，並可提供全天候的服務
* 更容易與顧客保持個人聯繫和互動，例如使用個人流動裝置溝通，讓顧客能即時回應
* 有助收集有關顧客購物模式和行為的資料，讓公司可為顧客度身訂造相應的產品或服務，例如分析大數據和追蹤小型文字檔案
* 使市場營銷溝通的質素更豐富，例如使用更多視聽效果、體驗虛擬實境
* 為賣家提供高效率而快速的替代方法，以接觸目標市場

**附錄 B**

**參考和建議書目**

1. Molennar, C.，（2012年），電子市場營銷：在市場營銷裡應用資訊科技和互聯網， Routledge：英國

2. Kotler, P. 和 Armstrong G. （2014年）， *市場營銷原則（第17章）*，第 15版，培生：美國

3. 你需知道傑出電子市場營銷策略的五個方面 （警報器 ）<http://www.buzzle.com/articles/e-marketing-strategy.html> （在2016年11月15日瀏覧）

4. 電子市場營銷策略和計劃<http://www.beeseen.com/e-marketing-strategy-planning.php> （在2016年11月15日瀏覧）

**附錄 C**

**活動3 同儕互評表格**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 評估準則 | 最高分數 | 所獲分數 | 評語／備註  （如適用） |
| 匯報流程／清晰度和組織 | 15 |  |  |
| 構思的可行程度 | 15 |  |  |
| 內容的全面程度 | 15 |  |  |
| 理論和概念的應用 | 20 |  |  |
| 創意 | 10 |  |  |
| 視覺輔助材料／視聽效果的運用 | 10 |  |  |
| 合作和時間控制 | 5 |  |  |
| 問答部分 | 10 |  |  |
| ***總分：*** | 100  ==== | ==== |  |