

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	數位行銷	授課 教師	陳意文 Yi-wen Chen
	DIGITAL MARKETING		
開課系級	資傳二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAIXB2A		
系所教育目標			
<p>一、強化專業知識：教導資訊傳播與社會人文核心學理，以培養學生紮實的專業知識理解、分析和詮釋的能力。</p> <p>二、訓練實務知能：教導資訊傳播實務技能，以培養學生數位媒體專案企畫執行的能力。</p> <p>三、開發創意潛能：透過美學探索和作品賞析，以激發學生創意的自我開發。</p> <p>四、鼓勵業界互動：透過校外比賽活動、業界人士演講、進駐資傳產業公司實習或參與教師產學合作專案計畫，以與業界接軌並提升學生產業就業實務能力。</p> <p>五、培養團隊精神：教導溝通協調知識技能和分工合作完成專案技術，以培養學生團隊工作的領導力和適應力。</p> <p>六、深化專業倫理：教導學生資訊傳播專業倫理知識，以培養學生尊重專業倫理的態度和善盡社會責任的精神。</p>			
系所核心能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理知識。</p> <p>B. 能蒐集、分析資訊，和解讀、詮釋資訊意義。</p> <p>C. 能掌握資訊傳播發展趨勢。</p> <p>D. 能善用美學知識並激發自我創意。</p> <p>E. 能熟悉、運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>F. 能規劃、撰寫企畫書，並執行資訊傳播專案。</p>			
課程簡介	本課程將透過學理與實務的介紹，引導學生了解數位行銷的內涵與趨勢。並透過「做中學」，讓學生實踐行銷企畫方案。		
	Real cases will be provided as examples. Besides, this course uses a learning-by-doing facilitative approach to develop an experimental plan.		

本課程教學目標與目標層級、系所核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系所核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「系所核心能力」。單項教學目標若對應「系所核心能力」有多項時，則可填列多項「系所核心能力」(例如：「系所核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系所核心能力
1	1.學生將能學習數位行銷的基本概念。	1.Students will be able to learn the basic concepts of digital marketing.	C2	AC
2	2.學生將能分析國內外相關案例。	2.Students will be able to analyze real cases among the world.	C5	AC
3	3.學生將能發展並執行實際的行銷企劃。	3.Students will be able to develop an experimental plan.	C6	EF
4	4.學生將理解數位行銷的發展趨勢與重要影響。	4. Students will be able to recognize the trend and importance of digital marketing.	A3	C

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1.學生將能學習數位行銷的基本概念。	課堂講授	出席率、期中考、期末考
2	2.學生將能分析國內外相關案例。	課堂講授、專家演講	出席率、期中考、期末考
3	3.學生將能發展並執行實際的行銷企劃。	分組討論	報告
4	4.學生將理解數位行銷的發展趨勢與重要影響。	課堂講授、專家演講	出席率、期中考、期末考

本課程之設計與教學已融入下列本校基本素養與核心能力

淡江大學基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◆ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◆ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◇ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◇ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◆ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◇ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◆ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/09/05~ 100/09/11	課程簡介	說明課程規劃、上課進度與分組設計
2	100/09/12~ 100/09/18	中秋節(放假一天)	
3	100/09/19~ 100/09/25	網路行銷：Google-ZMOT新趨勢	請下載電子書於課前預先閱覽、準備後至課堂討論
4	100/09/26~ 100/10/02	數位通路	
5	100/10/03~ 100/10/09	互動設計	
6	100/10/10~ 100/10/16	國慶日(放假一天)	
7	100/10/17~ 100/10/23	國內經典案例介紹與分析	
8	100/10/24~ 100/10/30	國外經典案例介紹與分析	
9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	數位行銷企劃架構	
11	100/11/14~ 100/11/20	各組數位行銷企畫概念說明	
12	100/11/21~ 100/11/27	專家演講	正式演講時間根據課程進度與聯繫情況而定

13	100/11/28~ 100/12/04	數位行銷企畫的延伸、維護與經營	
14	100/12/05~ 100/12/11	數位行銷新趨勢：技術、平台與系統	
15	100/12/12~ 100/12/18	各組實作成果分享(1)	成果展示(demo)
16	100/12/19~ 100/12/25	各組實作成果分享(2)	成果展示(demo)
17	100/12/26~ 101/01/01	各組實作成果分享(3)	成果展示(demo)
18	101/01/02~ 101/01/08	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>1.本課程為大一「行銷學」之延伸，修課同學應對行銷的基本概念有一定的認識與掌握，並曾提出「行銷企畫案」。本課程將以「實作」為主，讓同學實際演練，透過線上開店、經營社群、或建置虛擬通路，執行自我規劃的數位行銷企畫，期末需分組完成一份成果的線上展示(demo)。</p> <p>2.上課不定時點名，無故缺席三次無正當理由者，成績以0分計算。</p> <p>3.成績包括期中考(20%)、期末考(30%)、作業：成果線上展示(demo)(40%)、上課參與、發言及貢獻等(10%)。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	根據每週進度提供課程講義		
參考書籍	<p>1. Jim Lecinski(2011), ZMOT-Winning the Zero Moment of Truth, Google(電子書)</p> <p>2.大衛. 柯克派崔克(2011), facebook臉書效應：從0到7億的串連, 台北：天下雜誌出版</p> <p>3.台灣奧美互動行銷(2008), Kent Wertime. Ian Fenwick著, 數位行銷：超時代行銷人的必修課, 台北：天下雜誌出版</p> <p>4.邱義智、吳大偉(2002), 第1本數位行銷工具書, 台北市：中國生產力中心</p>		
批改作業 篇數	篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）		
學期成績 計算方式	<p>◆平時考成績： % ◆期中考成績：20.0 % ◆期末考成績：30.0 %</p> <p>◆作業成績： 40.0 %</p> <p>◆其他〈上課參與及貢獻〉：10.0 %</p>		
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址：http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p>※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。</p>		