

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	數位行銷與資訊服務專題	授課 教師	王美玉 Mei-yu Wang
	SEMINAR IN DIGITAL MARKETING AND INFORMATION SERVICES		
開課系級	資圖一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TABXM1A		
系所教育目標			
培養具現代觀、國際觀及未來觀的圖書館及相關產業資訊服務之管理及研究人才。			
系所核心能力			
<p>A. 掌握圖書資訊學原理及其發展趨勢之能力。</p> <p>B. 具備圖書資訊學研究與開創之能力。</p> <p>C. 具備各類型資訊資源之發展、組織、典藏及整合之專業能力。</p> <p>D. 具備各類型圖書館及資訊服務機構之管理及領導能力。</p> <p>E. 認識資訊科技原理及其應用之能力。</p> <p>F. 具備電子文件及檔案管理之應用與研發能力。</p> <p>G. 具備圖書館事業與傳統出版之整合與研發能力。</p> <p>H. 具備圖書館事業與數位內容產業之整合與研發能力。</p>			
課程簡介	以兩種方式進行，一是引導學生就課堂所傳授的教科書內容做研討，二是融入分析的技巧讓學生能做數位行銷之檢核應用、能分析資訊服務數位行銷的案例，並從中能引用行銷的理論知識以提升批判的思考。		
	Two methods are adopted to gradually increase students' marketing knowledge and techniques. The first method is using an informal seminar style that encourages students to discuss the foundational text concepts being taught. The second instills into more structured analytical techniques as a method for becoming proficient at market examining. Contemporary cases are extracted from the literature to analyze the e-marketing approaches for information services, while also improving critical thinking skills by applying text concepts.		

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). 學生能了解行銷的基本觀念。	1). Guide students to grasp the basic market concepts.	C3	D
2	2). 學生能將行銷概念應用於網路以及資訊服務的能力。	2). Guide students to apply marketing concepts to the net and information services.	P3	CGH
3	3). 學生能研讀相關英文文獻。	3). Guide students to read English literature.	A3	B
4	4). 學生學會分析相關文獻的案例與概念。	4). Students learn to examine analyze cases.	C5	CGH

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). 學生能了解行銷的基本觀念。	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期末報告
2	2). 學生能將行銷概念應用於網路以及資訊服務的能力。	課堂講授、分組討論、報告、文獻導讀	出席率、討論、期中報告、期末報告
3	3). 學生能研讀相關英文文獻。	課堂講授、文獻導讀	出席率、期中報告
4	4). 學生學會分析相關文獻的案例與概念。	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期中報告、期末報告

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、行銷學概論	HOMEWORK
2	100/09/12~ 100/09/18	網路行銷概論	
3	100/09/19~ 100/09/25	網路行銷概論~網路消費者行為與虛擬社群	
4	100/09/26~ 100/10/02	行銷與資訊服務	
5	100/10/03~ 100/10/09	行銷與資訊服務~圖書館與品牌行銷&圖書館行銷文化	1.Branding of UK public libraries
6	100/10/10~ 100/10/16	行銷與資訊服務~行銷電子資源	4.Marketing and promotion of e-books in academic libraries 10.What are we really doing to market electronic resources?
7	100/10/17~ 100/10/23	顧客關係行銷與資訊服務	
8	100/10/24~ 100/10/30	顧客關係行銷與資訊服務	13.Virtual communities in Europe: the European Library approach
9	100/10/31~ 100/11/06	網路行銷與資訊服務	

10	100/11/07~ 100/11/13	網路行銷與資訊服務	7.Marketing the academic library on the web
11	100/11/14~ 100/11/20	網路行銷與資訊服務~線上廣告與圖書館	16.Promoting library services in a Google world
12	100/11/21~ 100/11/27	網路行銷與資訊服務~內容行銷	14.Using online advertising to increase the impact of a library Facebook page
13	100/11/28~ 100/12/04	網路行銷與資訊服務~Facebook行銷	
14	100/12/05~ 100/12/11	網路行銷與資訊服務~Facebook行銷	5.Marketing library services through Facebook groups
15	100/12/12~ 100/12/18	Web 2.0/3.0行銷與資訊服務	3.Library 2.0 or Library III: returning to leadership
16	100/12/19~ 100/12/25	Web 2.0/3.0行銷與資訊服務	
17	100/12/26~ 101/01/01	期末報告	
18	101/01/02~ 101/01/08	期末報告	
修課應注意事項	1)平時成績：包含課堂討論10%、出席10%、MOOLDE使用狀況10% 2)期中報告(35%)、期末報告(35%)的方式會在課堂上說明		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	1.王美玉、蕭文娟、馮秋萍，CRM與圖書館讀者服務，秀威，2006年。 2.相關英文期刊論文		
參考書籍	1. Stephen Dann, and Susan Dann, E-Marketing: Theory and Application, Palgrave Macmillan, 2011. 2. 菲利浦.科特勒(Philip Kotler), 陳就學(Hermawan Kartajaya), 伊萬塞提亞宛(Iwan Setlawan)著；顏和正譯，行銷3.0：與消費者心靈共鳴，天下，2011。 3. 菲利浦.科特勒、湯瑪斯.海斯、保羅.布路姆，專業服務行銷：分析與應用，深思文化，2010。 4. 林安平，行銷2.0，天下，2008。 5. 王志平，網路行銷導論，全華，2008。 6. 王美玉，“Web 2.0與兒童閱讀之行銷：公共圖書館的角色”，臺灣圖書館管理季刊 5:2 (2009年4月)：頁37-48。 7. 趙滿鈴，網路行銷特訓教材，智勝，2011。		
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	◆平時考成績：30.0 %    ◆期中考成績：35.0 %    ◆期末考成績：35.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈 〉： %		

備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：<a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁〈網址：<a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a>〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p><b>※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。</b></p>
----	---