

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	劉慧娟 Liu, Huichuan
	DIGITAL MARKETING		
開課系級	資傳二碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAIXM2A		
系 所 教 育 目 標			
一、熟悉專業知識：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。 二、強化研究能力：教導執行研究的方法，以培養學生發現問題、定義問題與研究問題的能力。 三、培養團隊精神：教導溝通協調知識技能和分工合作完成研究，以培養學生團隊工作的領導力和適應力。 四、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。			
系 所 核 心 能 力			
A. 能理解與善用資訊傳播學理。 B. 能蒐集、分析資訊，和解讀、詮釋資訊意義。 C. 能發掘、定義與解決問題。 D. 能掌握資訊傳播知識的發展趨勢。 E. 能創新整合資訊應用與服務。 F. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。 G. 能溝通協調並團隊合作共同完成研究專案。 H. 能理解專業倫理與社會責任。			
課程簡介	探索數位行銷的創意策略企畫和研究議題		
	This course explores creative strategies and issues of digital marketing.		

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	學生能理解並分析應用數位行銷的核心學理	Students can comprehend and analyze the core theoretical perspectives and issues of digital marketing.	C4	ABC
2	學生能掌握數位行銷發展趨勢	Students can keep up with the latest trend of digital marketing.	C4	D
3	學生能企畫數位行銷研究專案	Students can design and propose digital marketing research project.	C6	ABCF

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	學生能理解並分析應用數位行銷的核心學理	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
2	學生能掌握數位行銷發展趨勢	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
3	學生能企畫數位行銷研究專案	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論

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	Course introduction	
2	100/09/12~ 100/09/18	New Media and Marketing: Integration	
3	100/09/19~ 100/09/25	New Communications Approaches	
4	100/09/26~ 100/10/02	Media Synergies	
5	100/10/03~ 100/10/09	Search Engines, Keywords Marketing	
6	100/10/10~ 100/10/16	Viral Marketing	
7	100/10/17~ 100/10/23	Social Media Marketing 1: Blog, Twitter, Plurk...	
8	100/10/24~ 100/10/30	Social Media Marketing 2: Podcasting, YouTube...	
9	100/10/31~ 100/11/06	Midterm Exam. Week	
10	100/11/07~ 100/11/13	Word-of-Mouth Marketing	
11	100/11/14~ 100/11/20	Online Game Marketing	
12	100/11/21~ 100/11/27	Mobile Marketing	

13	100/11/28~ 100/12/04	Online/Offline Integrated Marketing	
14	100/12/05~ 100/12/11	DigiMarketing: Social Issues 1	
15	100/12/12~ 100/12/18	DigiMarketing: Social Issues 2	
16	100/12/19~ 100/12/25	RESEARCH PROPOSAL	
17	100/12/26~ 101/01/01	RESEARCH PROPOSAL	
18	101/01/02~ 101/01/08	Final Exam. Week	
修課應 注意事項	期中報告：30% 期末報告：50%		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Reading Packet		
參考書籍			
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： % ◆期中考成績： % ◆期末考成績： % ◆作業成績： 80.0 % ◆其他〈課堂參與〉：20.0 %		
備 考	「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。 ※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。		