

淡江大學 100 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	社會媒體行銷研究	授課 教師	戴敏育 DAY, MIN-YUH
	SOCIAL MEDIA MARKETING RESEARCH		
開課系級	資管一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMIXM1A		
系 (所) 教育目標			
致力於資訊科技與經營管理知識之科際整合研究發展，為國家與社會培育兼具資訊技術能力與現代管理知識的中高階人才。			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 現代管理知識應用。</p> <p>B. 邏輯思考。</p> <p>C. 關鍵分析。</p> <p>D. 結合資訊技術與管理。</p> <p>E. 研究與創新。</p> <p>F. 資料分析與應用。</p> <p>G. 資通安全管理。</p> <p>H. 言辭與文字表達。</p>			
課程簡介	<p>本課程介紹社會媒體行銷研究基礎概念與研究議題。社會媒體行銷研究課程將探討運用社群網路如Facebook, Youtube, Blog, Microblog, 透過參與線上社群以建立品牌與產品服務相關的資訊管理研究議題。課程內容包括社會媒體行銷、行銷研究、行銷理論、測量構念、測量與量表、探索性因素分析、驗證性因素分析、研究成果的溝通。</p>		
	<p>This course introduces the fundamental concepts and research issues of social media marketing research. The course discusses the IS research issues of using social media/ social networks (e.g., Facebook, Youtube, Blog, Microblog) to build brands and products, by engaging with online communities. Topics include Social Media Marketing, Marketing Research, Marketing Theories, Measuring the Construct, Measurement and Scaling, Exploratory Factor Analysis, Confirmatory Factor Analysis, and Communicating the Research Results.</p>		

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其「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	學生將能夠瞭解及應用社會媒體行銷研究基本概念與研究議題。	Students will be able to understand and apply the fundamental concepts and research issues of social media marketing research.	C6	ABCDEFH
2	學生將能夠進行社會媒體行銷研究相關之資訊管理研究。	Students will be able to conduct information systems research in the context of social media marketing research.	P6	ABCDEFH

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	學生將能夠瞭解及應用社會媒體行銷研究基本概念與研究議題。	講述、討論、賞析、參訪、問題解決	報告、上課表現
2	學生將能夠進行社會媒體行銷研究相關之資訊管理研究。	講述、討論、賞析、參訪、問題解決	報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養與核心能力

淡江大學校級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	101/02/13~ 101/02/19	Course Orientation of Social Media Marketing Research	
2	101/02/20~ 101/02/26	Social Media: Facebook, Youtube, Blog, Microblog	
3	101/02/27~ 101/03/04	Social Media Marketing	
4	101/03/05~ 101/03/11	Marketing Research	
5	101/03/12~ 101/03/18	Marketing Theories	
6	101/03/19~ 101/03/25	Measuring the Construct	
7	101/03/26~ 101/04/01	Measurement and Scaling	
8	101/04/02~ 101/04/08	教學行政觀摩日 (--No Class--)	
9	101/04/09~ 101/04/15	Paper Reading and Discussion	
10	101/04/16~ 101/04/22	Midterm Presentation	
11	101/04/23~ 101/04/29	Exploratory Factor Analysis	
12	101/04/30~ 101/05/06	Paper Reading and Discussion	

13	101/05/07~ 101/05/13	Confirmatory Factor Analysis	
14	101/05/14~ 101/05/20	Paper Reading and Discussion	
15	101/05/21~ 101/05/27	Communicating the Research Results	
16	101/05/28~ 101/06/03	Paper Reading and Discussion	
17	101/06/04~ 101/06/10	Term Project Presentation 1	
18	101/06/11~ 101/06/17	Term Project Presentation 2	
修課應 注意事項	上課時間地點：四 / 7,8 / U 505		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Slides Papers related to Social Media Marketing Research		
參考書籍	<p>Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement, Dave Evans, Susan Bratton, Jake McKee, Sybex, 2010</p> <p>Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter & Other Social Media, Liana Evans, Que, 2010.</p> <p>The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly, David Meerman Scott, Wiley, 2011.</p> <p>Marketing Research, 9th Edition, Carl McDaniel Jr. and Roger Gates, Wiley, 2011.</p> <p>The Social Media Management Handbook, Robert Wollan, Nick Smith, Catherine Zhou, John Wiley, 2011.</p> <p>The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success, Lon Safko and David K. Brake, Wiley, 2009.</p>		
批改作業 篇數	4 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>◆出席率： % ◆平時評量：50.0 % ◆期中評量： %</p> <p>◆期末評量： %</p> <p>◆其他〈課堂參與及報告討論表現〉：50.0 %</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>※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>		