

淡江大學 101 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			
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 能理解與善用資訊傳播學理。</p> <p>B. 能蒐集、分析資訊，和解讀、詮釋資訊意義。</p> <p>C. 能發掘、定義與解決問題。</p> <p>D. 能掌握資訊傳播知識的發展趨勢。</p> <p>E. 能創新整合資訊應用與服務。</p> <p>F. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。</p> <p>G. 能溝通協調並團隊合作共同完成研究專案。</p> <p>H. 能理解專業倫理與社會責任。</p>			
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

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	學生能理解並分析應用數位行銷的核心學理	講述、討論	報告、上課表現
2	學生能掌握數位行銷發展趨勢	講述、討論	報告、上課表現
3	學生能企畫數位行銷研究專案	講述、討論	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

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◇ 全球視野	
◇ 洞悉未來	
◇ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◇ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	Introduction (switch from 9/13 to 9/10 2-5pm)	
2	101/09/17~ 101/09/23	New Media and Marketing: Integration	
3	101/09/24~ 101/09/30	New Communications Approaches	
4	101/10/01~ 101/10/07	Media Synergies	
5	101/10/08~ 101/10/14	Viral Marketing	
6	101/10/15~ 101/10/21	Word-of-Mouth Marketing	
7	101/10/22~ 101/10/28	Social Media Marketing 1: Twitter, Facebook, Plurk,...	
8	101/10/29~ 101/11/04	Mobile Marketing	
9	101/11/05~ 101/11/11	Presentation: Research Proposal	
10	101/11/12~ 101/11/18	Midterm Exam. Week	
11	101/11/19~ 101/11/25	Online Video Marketing: YouTube...	
12	101/11/26~ 101/12/02	Online Game Marketing	

13	101/12/03~ 101/12/09	Search Engines, Keywords Marketing	
14	101/12/10~ 101/12/16	DigiMarketing: Social Issues 1	
15	101/12/17~ 101/12/23	DigiMarketing: Social Issues 2	
16	101/12/24~ 101/12/30	RESEARCH PROPOSAL	
17	101/12/31~ 102/01/06	RESEARCH PROPOSAL	
18	102/01/07~ 102/01/13	Final Exam. Week	
修課應 注意事項			
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		◆出席率： % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈文獻蒐羅、導讀和討論〉：30.0 %	
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。 ※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。	