

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	社會媒體行銷管理	授課 教師	戴敏育 DAY, MIN-YUH
	SOCIAL MEDIA MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	資管一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLMXJ1A		
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管理基礎概念與研究議題。社會媒體行銷管理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。課程內容包括社群網路行銷、行銷管理、社群網路服務與資訊系統理論、行銷理論、社群網路行為研究、社群網路商業模式、社群網路策略、社群口碑與社群網路探勘、探索性因素分析、確認性因素分析。</p>		
	<p>This course introduces the fundamental concepts and research issues of social media marketing management. 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 Management, Theories of Social Media Services and Information Systems, Marketing Theories, Behavior Research on Social Media, Business Models and Issues of Social Media, Strategy of Social Media, Social Word-of-Mouth and Web Mining on Social Media.</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管理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 management.	C6	ABCDEFH
2	學生將能夠進行社會媒體行銷管理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 management.	C6	ABCDFH

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管理基本概念與研究議題。	講述、討論、賞析、問題解決	報告、上課表現
2	學生將能夠進行社會媒體行銷管理相關之資訊管理研究。	講述、討論、賞析、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

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◆ 洞悉未來	
◆ 資訊應用	
◇ 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	102/02/18~ 102/02/24	社會媒體行銷管理課程介紹 (Course Orientation of Social Media Marketing Management)	
2	102/02/25~ 102/03/03	社群網路 (Social Media: Facebook, Youtube, Blog, Microblog)	
3	102/03/04~ 102/03/10	社群網路行銷 (Social Media Marketing)	
4	102/03/11~ 102/03/17	行銷管理 (Marketing Management)	
5	102/03/18~ 102/03/24	社群網路服務與資訊系統理論 (Theories of Social Media Services and Information Systems)	
6	102/03/25~ 102/03/31	行銷理論 (Marketing Theories)	
7	102/04/01~ 102/04/07	教學行政觀摩日 (Off-campus study)	
8	102/04/08~ 102/04/14	行銷管理論文研討 (Paper Reading on Marketing Management)	
9	102/04/15~ 102/04/21	社群網路行為研究 (Behavior Research on Social Media)	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中報告 (Midterm Presentation)	
11	102/04/29~ 102/05/05	社群網路商業模式 (Business Models and Issues of Social Media)	
12	102/05/06~ 102/05/12	社群網路策略 (Strategy of Social Media)	

13	102/05/13~ 102/05/19	社群口碑與社群網路探勘 (Social Word-of-Mouth and Web Mining on Social Media)	
14	102/05/20~ 102/05/26	社群網路論文研討 (Paper Reading on Social Media)	
15	102/05/27~ 102/06/02	探索性因素分析 (Exploratory Factor Analysis)	
16	102/06/03~ 102/06/09	確認性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis)	
17	102/06/10~ 102/06/16	期末報告1 (Term Project Presentation 1)	
18	102/06/17~ 102/06/23	期末報告2 (Term Project Presentation 2)	
修課應 注意事項	上課時間地點 (Time and Place) : 週二 Tue 12,13,14 (19:20-22:10) (D325)		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	講義 (Slides) 社會媒體行銷管理相關論文(Papers related to Social Media Marketing Management)		
參考書籍	Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement, Dave Evans, Susan Bratton, Jake McKee, Sybex, 2010 Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter & Other Social Media, Liana Evans, Que, 2010. 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. The Social Media Management Handbook, Robert Wollan, Nick Smith, Catherine Zhou, John Wiley, 2011. The Social Media Bible: Tactics, Tools, and Strategies for Business Success, Lon Safko and David K. Brake, Wiley, 2009.		
批改作業 篇數	3 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：50.0 %   ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈課堂參與及報告討論表現〉：50.0 %		
備 考	「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。 <b>※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。</b>		