

淡江大學 103 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	社群媒體行銷	授課 教師	(多位教師合開) 楊懿珍 YI-CHEN YANG
	SOCIAL MEDIA MARKETING		
開課系級	資傳三A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAIXB3A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、強化專業知識：教導資訊傳播與社會人文核心學理，以建立學生專業素養的能力。</p> <p>二、訓練實務知能：教導資訊傳播學理與實務技能，並透過業界實習與產學合作計畫，以提升學生實務能力。</p> <p>三、開發創意潛能：透過美學的認知與探索，以激發學生創意思考的能力。</p> <p>四、深化專業倫理：教導學生資訊傳播的專業倫理，以培養學生重視社會責任的能力。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理。</p> <p>B. 能分析資訊與解讀資訊意義。</p> <p>C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>D. 能善用美學知識與創造力。</p> <p>E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。</p> <p>F. 能企劃與執行資訊傳播專案。</p>			
課程簡介	<p>社群媒體行銷在今日已是多數企業或組織不可或缺的行銷溝通管道，本課程涵蓋社群媒體行銷的概念和應用，學習如何構想策略、規劃、與實際執行有效的社群媒體行銷。</p>		
	<p>Social Media Marketing is an integral part of most companies or organizations marketing communication channels, the course covers the concepts and applications of social media marketing, and learn how to construct strategy, planning, and the actual implementation of an effective social media marketing.</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	讓學生們理解並明白社群網路的概念以及生態，並且熟悉社群溝通的形式以及效果；再藉由帶領小組專案的模式，讓學生有機會面對實際的執行操作，並從執行中學習到真正數位行銷的運作與know how。		C3	BE

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	讓學生們理解並明白社群網路的概念以及生態，並且熟悉社群溝通的形式以及效果；再藉由帶領小組專案的模式，讓學生有機會面對實際的執行操作，並從執行中學習到真正數位行銷的運作與know how。	講述、討論、模擬、實作	實作、報告

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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◇ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◇ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◇ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◇ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	103/09/15~ 103/09/21	課程概要介紹/甚麼是社群媒體	
2	103/09/22~ 103/09/28	甚麼是社群媒體行銷與使用情境	
3	103/09/29~ 103/10/05	社群媒體對行銷的優點與迷思	
4	103/10/06~ 103/10/12	社群媒體的種類與操作概要-1	
5	103/10/13~ 103/10/19	社群媒體的種類與操作概要-2	
6	103/10/20~ 103/10/26	社群媒體與行動行銷	
7	103/10/27~ 103/11/02	社群電子商務	
8	103/11/03~ 103/11/09	社群行銷活動的目標與任務	
9	103/11/10~ 103/11/16	社群行銷活動的策略制定	
10	103/11/17~ 103/11/23	期中考試週	
11	103/11/24~ 103/11/30	社群行銷活動的創意與執行	
12	103/12/01~ 103/12/07	社群行銷活動的宣傳計畫與效益評估	

13	103/12/08~ 103/12/14	【實作】 社群行銷活動計畫提案與討論	
14	103/12/15~ 103/12/21	【實作】 社群行銷活動計畫提案與討論	
15	103/12/22~ 103/12/28	【實作】 活動第一周與進度檢視	
16	103/12/29~ 104/01/04	【實作】 活動第二周與進度檢視	
17	104/01/05~ 104/01/11	社群行銷活動如何檢測效果與結案	
18	104/01/12~ 104/01/18	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機、其它(Speakers)		
教材課本			
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： 15.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：50.0 % ◆其他〈 〉： %		
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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。		