

淡江大學 103 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	社群網路行銷分析	授課 教師	戴敏育 DAY, MIN-YUH
	SOCIAL MEDIA MARKETING ANALYTICS		
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	本課程介紹社群網路行銷分析基本概念與研究議題。課程內容包括社群網路行銷分析、社群網路行銷研究、測量構念、測量與量表、探索性因素分析、確認性因素分析、社會網路分析、社群運算與大數據分析、社群網路情感分析、與社群網路行銷個案分析。		
	This course introduces the fundamental concepts and research issues of social media marketing. Topics include Social Media Marketing Analytics, Social Media Marketing Research, Measuring the Construct, Measurement and Scaling, Exploratory Factor Analysis, Confirmatory Factor Analysis, Social Network Analysis, Social Computing and Big Data Analytics, Sentiment Analysis on Social Media and Case Study on Social Media 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	瞭解及應用社群網路行銷分析基本概念與研究議題。	Understand and apply the fundamental concepts and research issues of social media marketing analytics.	P6	ABCDEFGH
2	進行社群網路行銷分析相關之資訊管理研究。	Conduct information systems research in the context of social media marketing analytics.	P6	ABCDEFGH

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	瞭解及應用社群網路行銷分析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	進行社群網路行銷分析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	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	104/02/24~ 104/03/01	和平紀念日補假(放假一天)	
2	104/03/02~ 104/03/08	社群網路行銷分析課程介紹 (Course Orientation for Social Media Marketing Analytics)	
3	104/03/09~ 104/03/15	社群網路行銷分析 (Social Media Marketing Analytics)	
4	104/03/16~ 104/03/22	社群網路行銷研究 (Social Media Marketing Research)	
5	104/03/23~ 104/03/29	測量構念 (Measuring the Construct)	
6	104/03/30~ 104/04/05	兒童節補假(放假一天)	
7	104/04/06~ 104/04/12	社群網路行銷個案分析 I (Case Study on Social Media Marketing I)	
8	104/04/13~ 104/04/19	測量與量表 (Measurement and Scaling)	
9	104/04/20~ 104/04/26	探索性因素分析 (Exploratory Factor Analysis)	
10	104/04/27~ 104/05/03	期中報告 (Midterm Presentation)	
11	104/05/04~ 104/05/10	確認性因素分析 (Confirmatory Factor Analysis)	
12	104/05/11~ 104/05/17	社會網路分析 (Social Network Analysis)	

13	104/05/18~ 104/05/24	社群網路行銷個案分析 II (Case Study on Social Media Marketing II)	
14	104/05/25~ 104/05/31	社群運算與大數據分析 (Social Computing and Big Data Analytics)	
15	104/06/01~ 104/06/07	社群網路情感分析 (Sentiment Analysis on Social Media)	
16	104/06/08~ 104/06/14	期末報告 I (Term Project Presentation I)	
17	104/06/15~ 104/06/21	端午節補假 (放假一天)	
18	104/06/22~ 104/06/28	期末報告 II (Term Project Presentation II)	
修課應 注意事項	社群網路行銷分析 (Social Media Marketing Analytics) (Spring 2015) (MIS EMBA) (3 Credits, Elective) (M2215) (1032) (資管所碩士在職專班) (選修3學分) (2015.02-2015.06) (週五 Fri, 12,13,14, 19:20-22:10) (D326)		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	講義 (Slides) 社群網路行銷分析相關個案與論文 (Cases and Papers related to Social Media Marketing Analytics)		
參考書籍	Digital Marketing Analytics: Making Sense of Consumer Data in a Digital World, Chuck Hemann and Ken Burbary, Que, 2013. Marketing Research, 9th Edition, Carl McDaniel Jr. and Roger Gates, Wiley, 2011. 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 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, Wiley, 2012 The Complete Social Media Community Manager's Guide: Essential Tools and Tactics for Business Success, Marty Weintraub and Lauren Litwinka, Sybex, 2013. Data Science for Business: What you need to know about data mining and data-analytic thinking, Foster Provost and Tom Fawcett, O'Reilly, 2013		
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： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈課堂參與及報告討論表現〉：40.0 %		
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/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a> 〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」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>		