

淡江大學 104 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	數位行銷專題研討	授課 教師	吳雅鈴 WU, YA-LING
	TOPICS IN DIGITAL?MARKETING		
開課系級	資管一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLMXM1A		
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	本課程提供『網路技術』配合『行銷策略』之講授，主題包括網路科技策略、網站規劃與活動、網路消費者行為、網路行銷的工具、網路行銷研究等議題。		
	This course introduces an overall concept of the network marketing. The content includes technology marketing strategy, strategic market planning and activities, Internet consumer behavior, marketing research in electronic commerce.		

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	學習如何落實網路行銷之策略管理	Learn to practice the strategic management of network marketing	C6	A
2	學習策略性之思考	Learn the strategic thinking	P6	B
3	網路行銷之案例分析	Analyze the cases of network marketing	A6	C

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	學習如何落實網路行銷之策略管理	講述、討論、賞析、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
2	學習策略性之思考	講述、討論、賞析、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	網路行銷之案例分析	講述、討論、賞析、問題解決	紙筆測驗、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	105/02/15~ 105/02/21	Course agreement	
2	105/02/22~ 105/02/28	Introduction to Network Marketing	
3	105/02/29~ 105/03/06	No class (和平紀念日補假)	
4	105/03/07~ 105/03/13	Internet Marketing Strategy	
5	105/03/14~ 105/03/20	Internet consumer behavior	
6	105/03/21~ 105/03/27	Internet consumer behavior	
7	105/03/28~ 105/04/03	Social Media Marketing	
8	105/04/04~ 105/04/10	No class (教學行政觀摩日)	
9	105/04/11~ 105/04/17	Social Media Marketing	
10	105/04/18~ 105/04/24	Blog Marketing	
11	105/04/25~ 105/05/01	Mid-term Case presentation	
12	105/05/02~ 105/05/08	Professional Blog Design: Using XOOPS	

13	105/05/09~ 105/05/15	Professional Blog Design: Using XOOPS	
14	105/05/16~ 105/05/22	Multimedia Marketing: Online video, Youtube for business	
15	105/05/23~ 105/05/29	Mobile Marketing	
16	105/05/30~ 105/06/05	Mobile Marketing	
17	105/06/06~ 105/06/12	Online and offline Strategies	
18	105/06/13~ 105/06/19	Final report presentation	
修課應 注意事項	1.缺席一次扣學期總成績2分，全勤者將加學期總分2分。全勤紀錄由第一週即開始紀錄，而非加退選之後才計算。 2.所有本堂課的資訊將公佈於教學支援平台，請同學隨時注意平台上的資訊。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Teaching materials		
參考書籍			
批改作業 篇數	10 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： 10.0 %   ◆平時評量：30.0 %   ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉：        %		
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>		