

淡江大學 105 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	陳意文 YI-WEN CHEN
	SOCIAL MEDIA MARKETING		
開課系級	資傳三A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAIXB3A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、強化專業知識與倫理。 二、訓練實務知能與技能。 三、開發創意思維與潛能。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 能理解資訊傳播基本學理。 B. 能分析資訊與解讀資訊意義。 C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。 D. 能善用美學知識與創造力。 E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。 F. 能企劃與執行資訊傳播專案。			
課程簡介	本課程將透過學理與實務的介紹，引導學生了解社群媒體行銷的內涵，進一步分析數位使用者的行為、掌握議題的脈動，最終瞭解價值共創的互動經營模式。		
	The teaching goal of this course aims at introducing the core concepts of social media marketing. Students will be able to analyze the behaviors of digital users, realize the trends and understand the interactive business model of value co-creation.		

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	學生將能學習社群媒體行銷的基本概念。	Students will be able to learn the basic concepts of social media marketing.	C2	B
2	學生將能學習及分析數位使用者行為。	Students will be able to analyze the behaviors of digital users.	C4	B
3	學生將能發展社群媒體行銷企劃。	Students will be able to develop a social media marketing plan.	C6	E

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	學生將能學習社群媒體行銷的基本概念。	講述	實作、報告
2	學生將能學習及分析數位使用者行為。	講述、實作	實作、報告
3	學生將能發展社群媒體行銷企劃。	講述、討論、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	105/09/12~ 105/09/18	調整放假(由教師自行擇期補課)	
2	105/09/19~ 105/09/25	課程簡介、分組說明	討論補課事宜
3	105/09/26~ 105/10/02	行銷基本概念介紹與回顧	
4	105/10/03~ 105/10/09	社群媒體類型與特質介紹	
5	105/10/10~ 105/10/16	數位使用者分析：大數據工具介紹與演練(Ⅰ)	實作練習(1)
6	105/10/17~ 105/10/23	數位使用者分析：大數據工具介紹與演練(Ⅱ)	實作練習(2)
7	105/10/24~ 105/10/30	數位使用者分析：社群媒體競爭分析與價值定位	實作練習(3)
8	105/10/31~ 105/11/06	網路意見領袖分析：社會網路分析工具介紹與演練	
9	105/11/07~ 105/11/13	各組專題簡報	實作方向說明
10	105/11/14~ 105/11/20	期中考試週	
11	105/11/21~ 105/11/27	網路意見領袖分析：人物誌介紹	規劃訪談
12	105/11/28~ 105/12/04	角色設定：個性化風格設計	實作練習(4)

13	105/12/05~ 105/12/11	議題設定與擴散規劃：趨勢分析與內容分析	
14	105/12/12~ 105/12/18	行銷效益分析、評估與回饋：數據判讀	實作練習(5)
15	105/12/19~ 105/12/25	業界專家演講	演講日期根據聯繫狀況而定
16	105/12/26~ 106/01/01	期末報告(I)	
17	106/01/02~ 106/01/08	期末報告(II)	
18	106/01/09~ 106/01/15	期末考試週	
修課應 注意事項	1.必須完成社群媒體規劃書(含模擬操作結果)與課堂線上實作練習。 2.上課不定時點名，無故缺席三次無正當理由，成績以0分計算。 3.成績包括期中考(20%)、平時評量(50%)，及期末報告(30%)。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	每週依據進度提供投影片講義		
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：50.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。		