

淡江大學 106 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	新媒體與行銷	授課 教師	劉慧娟 LIU, HUICHUAN
	NEW MEDIA AND MARKETING		
開課系級	資傳一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAIXM1A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、精研專業知識與倫理：教導資訊傳播進階理論與應用，以培養學生專業的知識理解、分析和詮釋能力。 二、強化研究能力：教導執行研究的方法與訓練深度敏銳的思考力，以培養學生發現問題、定義問題與研究問題的能力。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 能應用資訊傳播學理。 B. 能嫻熟資訊意義的分析與詮釋。 C. 能掌握資訊傳播知識發展趨勢。 D. 能企劃整合資訊傳播網路服務與應用。 E. 能獨立思考與論述。			
課程簡介	探索新媒體與行銷的創意策略企畫和研究議題		
	This course explores creative strategies and issues of new 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	學生能理解並分析應用數位行銷的核心學理	Students can comprehend and analyze the core theoretical perspectives and issues of digital marketing.	C4	A
2	學生能掌握新媒體行銷發展趨勢	Students can keep up with the latest trend of new media marketing.	C4	C
3	學生能企畫數位行銷研究專案	Students can design and propose digital marketing research project.	C6	D

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	學生能理解並分析應用數位行銷的核心學理	講述、討論	報告、上課表現
2	學生能掌握新媒體行銷發展趨勢	講述、討論	報告、上課表現
3	學生能企畫數位行銷研究專案	講述、討論	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	107/02/26~ 107/03/04	Introduction	
2	107/03/05~ 107/03/11	New Media and Marketing: Integration	
3	107/03/12~ 107/03/18	Viral Marketing & Word-of-Mouth Marketing	
4	107/03/19~ 107/03/25	Viral Marketing & Word-of-Mouth Marketing	
5	107/03/26~ 107/04/01	Social Media Marketing: Facebook, Twitter, Pinterest ...	
6	107/04/02~ 107/04/08	[Holiday]	
7	107/04/09~ 107/04/15	Social Media Marketing: Facebook, Twitter, Pinterest ...	
8	107/04/16~ 107/04/22	Online Video Marketing: YouTube...	
9	107/04/23~ 107/04/29	Mobile Marketing	
10	107/04/30~ 107/05/06	Midterm Exam. Week	
11	107/05/07~ 107/05/13	PRESENTATION: Research Proposal	
12	107/05/14~ 107/05/20	PRESENTATION: Research Proposal	

13	107/05/21~ 107/05/27	Online Game Marketing	
14	107/05/28~ 107/06/03	Search Engines, Keywords Marketing	
15	107/06/04~ 107/06/10	DigiMarketing: Social Issues	
16	107/06/11~ 107/06/17	PRESENTATION	
17	107/06/18~ 107/06/24	PRESENTATION	
18	107/06/25~ 107/07/01	Final Exam. Week	
修課應 注意事項	授課大綱以開學第一週上課時發放的版本為準。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Reading Packet		
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：30.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：50.0 % ◆其他〈文獻蒐羅、導讀和討論〉：20.0 %		
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。		