

淡江大學 107 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	數位行銷	授課 教師	陳武倚 CHEN, WUU-YEE
	DIGITAL MARKETING		
開課系級	資傳二 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAIXB2P		
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，引導學生了解數位行銷的內涵與趨勢。並透過「做中學」，讓學生實踐行銷企畫方案。		
	The purpose of this course is to develop and understanding of background, trend, and future potential of digital marketing. Students will learn about digital marketing's important role in an organization and then can develop an experimental plan.		

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	學生將能學習數位行銷的基本概念	Students will be able to learn the basic concepts of digital marketing	C2	A
2	學生將能分析國內外相關案例。	Students will be able to analyze real cases among the world.	C5	A
3	學生將能發展並執行實際的行銷企劃。	Students will be able to develop an experimental plan.	C6	A
4	學生將理解數位行銷的發展趨勢與學生將理解數位行銷的發展趨勢與重要影響。	Students will be able to recognize the trend and important of digital marketing	A5	A

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	學生將能學習數位行銷的基本概念	講述	紙筆測驗
2	學生將能分析國內外相關案例。	講述、討論、賞析、實作	紙筆測驗、報告
3	學生將能發展並執行實際的行銷企劃。	實作	實作
4	學生將理解數位行銷的發展趨勢與學生將理解數位行銷的發展趨勢與重要影響。	討論	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	107/09/10~ 107/09/16	課程簡介	說明課程規劃、上課進度與分組設計
2	107/09/17~ 107/09/23	web 1.0 web 2.0 web 3.0	
3	107/09/24~ 107/09/30	假日	
4	107/10/01~ 107/10/07	策略性數位行銷與績效指標 數位行銷計畫	
5	107/10/08~ 107/10/14	眾多數位行銷機會分析	
6	107/10/15~ 107/10/21	道德與法律議題	
7	107/10/22~ 107/10/28	數位行銷研究	
8	107/10/29~ 107/11/04	消費者線上行為	
9	107/11/05~ 107/11/11	區隔與選擇目標市場策略	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	差異化與定位策略	
12	107/11/26~ 107/12/02	產品：線上供給	

13	107/12/03~ 107/12/09	專家演講	
14	107/12/10~ 107/12/16	各組實作成果分享(1)	
15	107/12/17~ 107/12/23	各組實作成果分享(2)	
16	107/12/24~ 107/12/30	各組實作成果分享(3)	
17	107/12/31~ 108/01/06	調課	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		網路行銷 5th edition, 原著 Strauss and Frost, 方文昌 審訂 華泰公司	
參考書籍		戴國良(2016)數位行銷, 五南圖書出版社	
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： 10.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈期末報告〉：30.0 %	
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。	