

淡江大學 107 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	黃逸旻 HUANG, YI-MIN
	SOCIAL MEDIA MARKETING		
開課系級	資傳三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAIXB3P		
系（所）教育目標			
<p>一、強化專業知識與倫理。</p> <p>二、訓練實務知能與技能。</p> <p>三、開發創意思維與潛能。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理。</p> <p>B. 能分析資訊與解讀資訊意義。</p> <p>C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>D. 能善用美學知識與創造力。</p> <p>E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。</p> <p>F. 能企劃與執行資訊傳播專案。</p>			
課程簡介	<p>社群行銷360度全方位培養：從策略、創意到內容之傳播能力養成。</p> <p>進一步傳授企業品牌如何「在社群打造成功行銷」</p>		
	<p>A Full 360-degree Community marketing training: from strategy, creativity to content communication skills.</p> <p>Further teach how corporate brands "create successful marketing in the community"</p>		

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	社群行銷360度全方位培養：從策略、創意到內容之傳播能力養成	A Full 360-degree Community marketing training: from strategy, creativity to content communication skills.	C4	BC

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	社群行銷360度全方位培養：從策略、創意到內容之傳播能力養成	講述、實作	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	107/09/10~ 107/09/16	2015數位媒體環境介紹與未來趨勢	
2	107/09/17~ 107/09/23	品牌社群行銷-品牌社群化之基本心法與案例分享之(一)	
3	107/09/24~ 107/09/30	品牌社群行銷-品牌社群化之基本心法與案例分享(二)	
4	107/10/01~ 107/10/07	Facebook 行銷-操作教學、觀念心法、實際作法、爆紅案例(一)	
5	107/10/08~ 107/10/14	Facebook 行銷-操作教學、觀念心法、實際作法、爆紅案例(二)	
6	107/10/15~ 107/10/21	展覽-捷克與斯洛伐克平面設計 100 年	本周上課改成10/20校外教學
7	107/10/22~ 107/10/28	展覽-臺北共融 2018 臺北設計城市展	本周上課改成10/20校外教學
8	107/10/29~ 107/11/04	微影片行銷-製作觀點、爆紅案例、小組實作(一)	
9	107/11/05~ 107/11/11	微影片行銷-製作觀點、爆紅案例、小組實作(二)	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	網路環境危機議題管理-因應觀念與基本實作(一)	
12	107/11/26~ 107/12/02	網路環境危機議題管理-因應觀念與基本實作(二)	

13	107/12/03~ 107/12/09	用好內容得天下：內容行銷-觀念、案例、優化(一)	
14	107/12/10~ 107/12/16	用好內容得天下：內容行銷-觀念、案例、優化(二)	
15	107/12/17~ 107/12/23	以「病毒式行銷」-打造品牌原爆威力(一)	
16	107/12/24~ 107/12/30	利用數位/社群打造品牌與成功爆賣(一)	
17	107/12/31~ 108/01/06	利用數位/社群打造品牌與成功爆賣(二)	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	應準時於約定日時間繳交作業與報告，遲交一律不予計分。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	掌握社群行銷-引爆網路原子彈		
參考書籍	掌握社群行銷-引爆網路原子彈		
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： 25.0 % ◆平時評量：25.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆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。		