

淡江大學 107 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	社群行銷	授課 教師	黃茵茵 HUANG,YIN-YIN
	COMMUNITY MARKETING		
開課系級	管科系四 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLGXB4P		
系 (所) 教育目標			
<p>一、精實管理科學專業。</p> <p>二、學習自我成長。</p> <p>三、連結理論與實務。</p> <p>四、增進團隊合作溝通。</p> <p>五、培養判斷與分析技巧。</p> <p>六、重視組織永續經營。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 事業經營管理能力。</p> <p>B. 行銷與流通管理能力。</p> <p>C. 統計與決策分析能力。</p> <p>D. 財經分析能力。</p> <p>E. 團隊合作能力。</p> <p>F. 自我管理能力。</p> <p>G. 道德倫理能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程主要介紹電子商務與社群媒體的理論基礎及應用架構，建立對整個電子商務的發展、市場的分析、未來職涯的發展方向等相關議題的觀念。同時，在社群媒體的快速發展之下，漸漸已取代傳統媒體市場的宣傳操作，在人人都是自媒體的趨勢下，加快學習與掌握社群媒體將有利未來行銷相關職涯發展。</p>		
	<p>With the rapid development of the Internet, at present, all enterprises regard enterprise development and Internet integration as a top priority. Therefore, we hope that students can learn market development and application of e-commerce and social media through course study and develop the basic operating skills as a future competitive advantage when entering the workplace.</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	1.互聯網發展的趨勢 2.電子商務的商業模式與發展 3.B2B2C、B2C 經營操作分析 4.B2B 經營操作分析 5.大數據帶來的市場影響 6.社群媒體行銷經營 7.社群直播商機 8.社群媒體廣告投放操作 9.第三方分析工具應用	1. The trend of Internet development 2. E-commerce business model and development 3. B2B2C, B2C operating analysis 4. B2B business operations analysis 5. The market impact of big data 6. Social media marketing management 7. Community live streaming business opportunities 8. Social media advertising operation 9. Third-party analysis tools	C3	ABEFG

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	1.互聯網發展的趨勢 2.電子商務的商業模式與發展 3.B2B2C、B2C 經營操作分析 4.B2B 經營操作分析 5.大數據帶來的市場影響 6.社群媒體行銷經營 7.社群直播商機 8.社群媒體廣告投放操作 9.第三方分析工具應用	講述、討論、實作、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	107/09/10~ 107/09/16	1.課程介紹 2.互聯網發展趨勢分析	
2	107/09/17~ 107/09/23	電子商務的商業模式與發展	
3	107/09/24~ 107/09/30	B2B2C、B2C電商平台經營操作分析 (上)	
4	107/10/01~ 107/10/07	B2B2C、B2C電商平台經營操作分析 (下)	
5	107/10/08~ 107/10/14	B2B電商平台經營操作分析	
6	107/10/15~ 107/10/21	第三方支付在台灣的現況及未來	
7	107/10/22~ 107/10/28	大數據帶來的市場影響	
8	107/10/29~ 107/11/04	物聯網發展趨勢與分析	
9	107/11/05~ 107/11/11	分組口頭報告	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	社群媒體經營行銷術	
12	107/11/26~ 107/12/02	網紅經濟-搶搭社群直播商機	

13	107/12/03~ 107/12/09	Instagram 經營行銷術	
14	107/12/10~ 107/12/16	第三方網路分析工具應用	
15	107/12/17~ 107/12/23	Facebook 廣告投放操作 (上)	
16	107/12/24~ 107/12/30	Facebook 廣告投放操作 (下)	
17	107/12/31~ 108/01/06	分組口頭報告	
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			
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： 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。	