

淡江大學 109 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷傳播專題	授課 教師	戴 昀 YUN TAI
	PRO-SEMINAR FOR MARKETING COMMUNICATION		
開課系級	大傳三 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TAMXB3A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG12 負責任的消費與生產		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。 二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 溝通力：具備協調、溝通與團隊合作之能力，以完成「內容產製」與「文化行銷」之提案。(比重：30.00) C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。(比重：10.00) D. 創造力：具備邏輯思考與創意能力，以發掘、分析及解決「內容產製」與「文化行銷」相關之議題。(比重：30.00) E. 行動力：具備結合傳播理論與實務之能力，以完成企劃設計與執行傳播實務。(比重：30.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
2. 資訊運用。(比重：30.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：30.00) 8. 美學涵養。(比重：30.00)			
課程簡介	隨著資訊科技的發展，數據分析的應用已成為商業決策過程中不可或缺的一環，透過資料分析得以具體了解顧客屬性、需求，進而快速調整商業與傳播企劃。本課程目的在於培養學生數據行銷的基礎能力，透過R語言進行基礎的數字、文字與網絡分析，精準解讀市場狀況與顧客回饋，進而將分析內容應用在行銷傳播企劃上。		

	The development of information technology has made data analysis a crucial part of decision making process for business and media organizations, through which companies and other organizations can better understand their customers and audiences. In this course, we will introduce the knowledge and skills of data analysis for marketing and communication.
--	--

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	介紹數字與文字數據行銷知識	Introduce knowledge of data analysis for marketing and communication
2	行銷傳播數據資料收集與分析實作	Marketing and media data collection and analysis practice

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所) 核心能力	校級 基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	CD	58	講述、討論	測驗、作業
2	技能	AE	27	講述、討論、實作	測驗、作業、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	110/02/22~ 110/02/28	課程介紹	
2	110/03/01~ 110/03/07	R語言基礎 I	
3	110/03/08~ 110/03/14	R語言基礎 II	
4	110/03/15~ 110/03/21	R語言基礎 III	
5	110/03/22~ 110/03/28	行銷數據分析與視覺化 I	
6	110/03/29~ 110/04/04	教學觀摩週	
7	110/04/05~ 110/04/11	行銷數據分析與視覺化 II	
8	110/04/12~ 110/04/18	行銷數據分析與視覺化 III	
9	110/04/19~ 110/04/25	行銷資料收集	

10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~ 110/05/09	行銷實務	
12	110/05/10~ 110/05/16	文字及其他型態行銷資料分析 I	
13	110/05/17~ 110/05/23	期末報告提案	
14	110/05/24~ 110/05/30	文字及其他型態行銷資料分析 II	
15	110/05/31~ 110/06/06	文字及其他型態行銷資料分析 III	
16	110/06/07~ 110/06/13	期末報告	
17	110/06/14~ 110/06/20	期末報告	
18	110/06/21~ 110/06/27	期末考試週	
修課應 注意事項		●點名時未到2次以上，每次扣學期總成績3分；未全程出席課堂者，視為點名時未到。 ●病/事假出具假單者2次以下不扣分，病假請於下一次上課時補交假單，逾時不受理。公假及事假請於前一週上課時預先繳交假單，不接受事後補交。不接受紙本假單以外的任何形式請假。 ●擾亂課堂秩序、影響他人者（如聊天、私自使用手機及其他電子產品），如第一次警告後未改善，扣學期總成績5分，情節嚴重者將被請出教室。 ●期末課堂報告週未出席或未全程參與者，扣學期總成績30分。期末課堂報告週欲請病假者，須持地區醫院(含)以上之診斷說明書請假，並須自行提出補救方案，在授課教師核可該方案及執行成果後，方可免予扣分。	
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		Yoon Hyup Hwang著，沈佩誼譯（2020）《行銷資料科學實務：使用R與Python》，碁峯。	
參考文獻			
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：50.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。	