

淡江大學 110 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	楊政達 YANG CHENG DA
	COMMUNITY MARKETING		
開課系級	管科系四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLGXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG9 產業創新與基礎設施		
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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 事業經營管理能力。(比重：10.00)</p> <p>B. 行銷與流通管理能力。(比重：50.00)</p> <p>E. 團隊合作能力。(比重：10.00)</p> <p>F. 自我管理能力。(比重：20.00)</p> <p>G. 道德倫理能力。(比重：10.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：30.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：50.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：20.00)</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>		

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.

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	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

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	ABEFG	123	講述、討論	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	110/09/22~ 110/09/28	1.課程介紹 2.互聯網發展趨勢分析	
2	110/09/29~ 110/10/05	電子商務的商業模式與發展	
3	110/10/06~ 110/10/12	B2B2C、B2C電商平台挑選分析	
4	110/10/13~ 110/10/19	B2B、B2C電商平台經營操作操作策略重點 (上)	
5	110/10/20~ 110/10/26	B2B、B2C電商平台經營操作操作策略重點 (下)	
6	110/10/27~ 110/11/02	第三方支付在台灣的現況及未來	
7	110/11/03~ 110/11/09	大數據帶來的市場影響	
8	110/11/10~ 110/11/16	物聯網發展趨勢與分析	

9	110/11/17~ 110/11/23	期中考試週	
10	110/11/24~ 110/11/30	社群媒體經營行銷術	
11	110/12/01~ 110/12/07	網紅經濟	
12	110/12/08~ 110/12/14	Instagram 經營行銷術	
13	110/12/15~ 110/12/21	第三方網路分析工具應用	
14	110/12/22~ 110/12/28	數位廣告投放操作 (上)	
15	110/12/29~ 111/01/04	數位廣告投放操作 (下)	
16	111/01/05~ 111/01/11	分組報告	
17	111/01/12~ 111/01/18	期末考試週	
18	111/01/19~ 111/01/25		
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	網路與數位行銷 (第五版)		
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： 50.0 %    ◆平時評量：10.0 %    ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈 〉：        %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>		