

淡江大學 1 1 1 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	李思壯 LI SZU CHUANG
	DIGITAL MARKETING		
開課系級	資傳二A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TAIXB2A		
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產		
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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 能理解資訊傳播基本學理。(比重：5.00) B. 能分析資訊與解讀資訊意義。(比重：5.00) C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。(比重：60.00) D. 能善用美學知識與創造力。(比重：5.00) E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。(比重：20.00) F. 能企劃與執行資訊傳播專案。(比重：5.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：10.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：25.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：30.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	回顧行銷學的主要理論，並介紹目前最新的數位環境與趨勢。另將以行銷4P為架構介紹各式開放網路工具，讓學生透過做中學的方式熟悉如何進行以數位工具為中心的行銷活動。
	An introduction to the latest trends in digital marketing based on marketing theories. Includes multiple learning-by-doing sessions to enable students to use off-the-shelf marketing tools to perform several marketing activities.

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	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
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
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.
4	學生將理解數位行銷的發展趨勢與重要影響	Students will be able to identify the trend and the importance of digital marketing

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	AC	145	講述	測驗
2	認知	BD	568	講述、討論、實作	測驗、報告(含口頭、書面)
3	認知	BF	27	實作	實作
4	情意	EF	2357	討論	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	111/09/05~ 111/09/11	課程介紹與分組	
2	111/09/12~ 111/09/18	行銷學重要概念與數位對應	

3	111/09/19~ 111/09/25	從美國飆股看數位行銷趨勢	
4	111/09/26~ 111/10/02	數位通路1：電子商務與無摩擦經濟	
5	111/10/03~ 111/10/09	數位通路2：社群銷售與顧客關係	
6	111/10/10~ 111/10/16	國慶日	
7	111/10/17~ 111/10/23	數位促銷：網路與社群廣宣	
8	111/10/24~ 111/10/30	數位定價：定價策略與網路金流	
9	111/10/31~ 111/11/06	期中報告	各組選題說明
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	數位STP：數據取得與判讀	
12	111/11/21~ 111/11/27	數位STP：數據分析工具初探	
13	111/11/28~ 111/12/04	數位落差與數位機會	
14	111/12/05~ 111/12/11	行銷「大戰」與法律議題	
15	111/12/12~ 111/12/18	專題演講與學期重點回顧	
16	111/12/19~ 111/12/25	期末報告1	
17	111/12/26~ 112/01/01	期末報告2	
18	112/01/02~ 112/01/08	期末考試週(本學期期末考試日期為:112/1/3-112/1/9)	
修課應 注意事項		本課程為實作導向，期末需具體運用網路工具完成一假想專案，運用網路上之開店系統、社群平台，或自選之其他網路工具，進行假想商品或理念推廣之演練 請積極參與課堂討論，將納入平時評量計分 無故缺席達第四次學期成績無法及格 遲到早退及請假按缺席之一定比例扣分	
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		自編投影片；建議教科書為「網路行銷概論」，華泰文化	
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： 20.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆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。