

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	田詩薇
	DIGITAL MARKETING		
開課系級	資傳二B	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TAIXB2B		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 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	數位行銷已是日常生活消費者行為不可忽視的關鍵因素，本課程將提供介面與使用者經驗視角，介紹數位發展現況，瞭解流量趨勢如何形塑需求、造成影響。透過概念講述、討論、個案分析，以及模擬產品定位實作，學生能經由本課，發展策略性數位敘事能力，為未來創新與創業機遇儲備價值。
	Digital marketing plays a key role in consumer behavior. This class will introduce the growing market status in the area with digital practices, while also provide you observing approach between interface and user experience. By the end of the course, you will be able to understand how current trends shape the consumers' needs and beyond. Through lectures, discussions, case studies, and experimental simulations in UGC- positioning, students will also come to develop digital storytelling skill in strategic ways, which inevitably create values for innovation and entrepreneurship.

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.學習數位行銷相關概念。 2.發展資訊傳播與數位行銷的學習興趣。 3.瞭解流量趨勢與介面對科技媒介化市場的影響。 4.熟悉數位敘事策略擬定流程。	1.Learn the concepts of digital marketing. 2.Develop an interest of information and communication and what those can contribute to digital marketing campaign. 3.Understand the importance of trends and interface in technology- mediated-market. 4.Be familiar with the process of digital storytelling strategy.

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	ABCDEF	12345678	講述、討論、體驗、模擬	作業、討論(含課堂、線上)、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	1.講授：課程規劃、數位行銷的科技特性 / 個案：Google的數位行銷課程 / 討論：報告分組、何謂數位行銷？ / 延伸閱讀 讀： https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage-tw/course/digital-marketing	

2	111/09/12~ 111/09/18	2.講授：介面、使用行為、易用性、有用性 / 個案：Linktree引流 / 討論：下載App秒刪的經驗 / 延伸閱讀：搜尋關鍵字「Technology Acceptance Model」	
3	111/09/19~ 111/09/25	3.講授：持續使用、動機、功能、文化 / 個案：不同語言版本的IG / 討論：新功能的時差 / 延伸閱讀：搜尋《傳播科技與文明》一書的簡介與目錄	
4	111/09/26~ 111/10/02	4.講授：滿足感、效果、分類 / 個案：IG與BeReal / 討論：觀察手機App分類 / 延伸閱讀：搜尋關鍵字「使用者經驗」	
5	111/10/03~ 111/10/09	5.講授：流量邏輯、演算法與推薦、同溫層效應 / 個案：Google的自動完成功能 / 討論：以圖搜圖的購物經驗 / 延伸閱讀： https://support.google.com/websearch/answer/7368877	
6	111/10/10~ 111/10/16	6.講授：引流文化、數位匯流、資料足跡 / 個案：GDPR法規與第三方Cookie / 討論：切換帳號的使用經驗 / 延伸閱讀： https://www.digiarts.org.tw/DigiArts/DataBasePage/4_226234339939000/Chi	
7	111/10/17~ 111/10/23	7.講授：目標市場、新媒體區隔、人物誌 / 個案：《創造安娜》 / 討論：忽大忽小的偶像包袱 / 延伸閱讀：搜尋《大明星：慾望、迷戀與現代神話》、《認識迷文化》二書的簡介與目錄	
8	111/10/24~ 111/10/30	8.期中報告：選題說明與討論	
9	111/10/31~ 111/11/06	9.期中報告：選題說明與討論	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	10.講授：行銷內容、數位敘事 / 個案：元宇宙 / 討論：引發腦補的文案 / 延伸閱讀：搜尋關鍵字「VR」、「AR」、「AI」、「HE」	
12	111/11/21~ 111/11/27	11.講授：敘事效果 - 圖像、短影片、影片、聲音 / 個案：跨YT與Podcast的敘事策略 / 討論：上傳短影片的經驗 / 延伸閱讀：搜尋《敘事傳播：故事 / 人文觀點》一書的簡介與目錄	
13	111/11/28~ 111/12/04	12.講授：敘事策略 - 集中或差異化：標籤、地點、發佈時間 / 個案：#FreeBritney事件 / 討論：點擊標籤才知道的事 / 延伸閱讀：閱讀〈網上行走：Facebook 使用者之打卡戰術與地標實踐〉一文	
14	111/12/05~ 111/12/11	13.講授：敘事策略 - 專業或個人化：人設、主語 / 個案：FB粉絲專頁小編 / 討論：對讀者的想像 - 「你」或「大家」 / 延伸閱讀：搜尋《敘事本能：為什麼大腦愛編故事》一書的簡介與目錄	
15	111/12/12~ 111/12/18	14.講授：保持流量 - 互動關係與品牌價值 / 個案：YTber 互動feat. / 討論：印象深刻的聯名款產品 / 延伸閱讀：搜尋關鍵字「Storyboard」、「Scenario-Based Design」	
16	111/12/19~ 111/12/25	15.講授：觀察趨勢 - trends工具介紹 / 個案：媒體熱門、時間everysecond、空間Our World in Data、貿易 http://globe.cid.harvard.edu/?mode=productspace3D&id=LK / 討論：回憶十年前趨勢 / 延伸閱讀：再讀一本兒時愛書	

17	111/12/26~ 112/01/01	16.期末報告	
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	每次課程皆分為講授、個案、討論、延伸閱讀四個部分。可自選八週主題撰寫學習單。期中期末以分組實作進行。另，考量學生受教之權利，不可抗力因素之缺席會按比例扣分，勿缺席三次以上，請見諒。		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	自製投影片，建議預習每週延伸閱讀		
參考文獻			
批改作業 篇數	7 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： 15.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆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。		