

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	社群媒體行銷	授課 教師	宋伊婕 YI-CHIEH SUNG
	SOCIAL MEDIA MARKETING		
開課系級	資傳三 B	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TAIXB3B		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG16 和平正義與有力的制度 SDG17 夥伴關係		
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：20.00) 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：45.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：30.00) 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：5.00)			

課程簡介	<p>主要培養社群溝通團隊中不同角色所需的思維與技能，以培養品牌、自有品牌社群團隊小編為目的設計，會有大量貼近現實社群團隊小編工作的實作設計。</p> <p>A 品牌與行銷觀念建立：品牌是什麼？如何延續到社群？ B 社群團隊經營術：團隊組成、專長開發與合作 C 社群內容創意發想與招式：文案、圖像、機制應用、KOL 合作、LINE OA、Metaverse先修 D 其他社群事務：媒體投放、成效檢測、危機處理</p>
	<p>This class is designed to train social planner as career. Students have to work in teams for multiple close-to-real life posts and manage a social account throughout the semester.</p> <p>The course will cover A: Brand concept and brand's role on social B: Social content team work C: Social content skills: copywriting, visual design, social mechanism application, KOL-coop, LINE OA and a quick preview to Metaverse D: Social management: media buy, effectiveness review, and crisis management.</p>

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	培養社群溝通團隊中不同角色所需的思維與技能 以培養品牌、自有品牌社群團隊小編為目的設計	The class is design to train the future social content team. Build social content skills to work for brand social content.

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	技能	ABCDEF	12345678	講述、討論、發表、實作	作業、討論(含課堂、線上)、實作、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	課程簡介、「給學弟妹」分享 大家分享自己喜歡的帳號、想做的事 與分組	

2	111/09/12~ 111/09/18	社群是什麼？社群只是行銷中的一環、每個平台的主 群眾與特色、平台特色介紹（人動機功能特色）、 每個位子做什麼（組員介紹）	
3	111/09/19~ 111/09/25	品牌是什麼？品牌三角形 品牌人格與社群人格 品牌九 型人格、說話方式 案例分享實證	
4	111/09/26~ 111/10/02	動手開始！！各司其職 X Social calendar	
5	111/10/03~ 111/10/09	動手開始！！搞清楚目的 發想術：瘋狂連連看； MINDMAP	
6	111/10/10~ 111/10/16	動手開始！！圖像思考：圖像在內容上的作用 如何思 考畫面 給予品牌風格	
7	111/10/17~ 111/10/23	動手開始！！文案寫作：如何忠實寫出你想說的！	
8	111/10/24~ 111/10/30	動手開始！！- World social calendar 節日occasion 思 維 - 怎麼做occasion 貼文：品牌與節日關係、陳述方 式、與其他貼文差異點	
9	111/10/31~ 111/11/06	期中小組報告	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	更尖銳的創意思考：從任務與所想要的「行動發 想」、內容主題定義，通常是訊息課題、怎麼解題 ：Concept / idea / material	
12	111/11/21~ 111/11/27	社群招式：怎麼找時事？時事跟風原則， 社群招式 介紹 實際做喂的招數	
13	111/11/28~ 111/12/04	Beyond post: 社群新樣態：KOL / IG + TikTok / LINE OA	
14	111/12/05~ 111/12/11	Into Metaverse: What is metaverse? 淺談NFT 與生 態 可以做的事情	
15	111/12/12~ 111/12/18	廣告投放術：Facebook, IG 投放思維與素材製作	
16	111/12/19~ 111/12/25	炎上怎麼辦！炎上的處理方式與危機處理實作！	
17	111/12/26~ 112/01/01	期末考小組報告	
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		1. 缺席（未請假、同日三節課缺席一堂以上）五次期末考扣考 2. 需團體作業，若發現未能配合者，經組員申訴，期末考扣考 3. 課堂間會有互動問答、實境作業、需經營一個社群，喜歡再選課	
教學設備		投影機	
教科書與 教材			
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	<p>◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：25.0 %</p> <p>◆期末評量：25.0 %</p> <p>◆其他〈組員互評〉：10.0 %</p>
備 考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>