

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 SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
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：35.00)</p> <p>C. 統計與決策分析能力。(比重：5.00)</p> <p>D. 財經分析能力。(比重：5.00)</p> <p>E. 團隊合作能力。(比重：15.00)</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：15.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：25.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：10.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：15.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	本課程介紹網路與數位行銷及社群媒體的理論與應用架構，建立對整個網路與數位行銷的發展及市場的分析、並提供同學未來職涯發展的評估。在現今網路快速發展情況下，學生如何學習與運用網路媒體將有利於未來相關職涯的發展。
	This course introduces the theory and application framework of Internet and digital marketing, establishes an analysis of the market and digital marketing, and provides students with an assessment of their future career development.

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	本課程介紹網路與數位行銷及社群媒體的理論與應用架構，建立對整個網路與數位行銷的發展及市場的分析、並提供同學未來職涯發展的評估。在現今網路快速發展情況下，學生如何學習與運用網路媒體將有利於未來相關職涯的發展。	This course introduces the theory and application framework of Internet and digital marketing, establishes an analysis of the market and digital marketing, and provides students with an assessment of their future career development.

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	ABCDEFGF	12345678	講述、討論	測驗、作業、討論(含課堂、線上)

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.課程介紹 2.現代網路行銷與研究	
2	111/09/12~111/09/18	3.網路消費者行為 章節補充：新消費紀元的改變	
3	111/09/19~111/09/25	4.網路行銷的競爭策略 章節補充：消費歷程的新常態	
4	111/09/26~111/10/02	5.網路提供的服務 章節補充：網路應用服務	
5	111/10/03~111/10/09	6.產品與品牌策略 章節補充：強化品牌信任與溝通	
6	111/10/10~111/10/16	7.網路訂價策略 章節補充：品牌增值策略	

7	111/10/17~ 111/10/23	8.網路配銷 章節補充：網路精準溝通路徑	
8	111/10/24~ 111/10/30	9.網路行銷傳播 章節補充：數位行銷轉型	
9	111/10/31~ 111/11/06	10.部落格行銷	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	11.社群媒體行銷 章節補充：媒體影響力洞察	
12	111/11/21~ 111/11/27	12.數據行銷 章節補充：消費者數據分析	
13	111/11/28~ 111/12/04	13.數位多媒體廣告 章節補充：廣告素材最佳操作	
14	111/12/05~ 111/12/11	14.顧客關係管理 章節補充：數位獲客與新消費關係	
15	111/12/12~ 111/12/18	15.全漏斗行銷策略	
16	111/12/19~ 111/12/25	16.台灣數位廣告市場分析	
17	111/12/26~ 112/01/01	分組討論	
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			
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： 40.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆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。		