

淡江大學 112 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	田詩薇 TIEN, SHIH-WEI
	SOCIAL MEDIA MARKETING		
開課系級	資傳三 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TAIXB3P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG10 減少不平等 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：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	社群媒體的後台使用數據與前台介面功能日新月異，應用方式瞬息萬變，如何透析本質，掌握基本要素？本課程將以「社群」與「行銷」兩條支線展開討論，包含建立社群、運作社群、管理社群的文化關鍵因素，以及兼顧顧客、競爭者、公司的行銷策略視角。課程定位為「俯瞰市場變化並分析之進階課程」，著重參與式學習，設有業師講座、體驗行銷類競賽等實作內容。
	In this course, we will use theories related to digital marketing and media technology to understand and explore the development and characteristics of social media. We will further introduce user behavior, issue dissemination, strategy, and targeting. Analyze current trends in New media to keep you following world conversations.

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	瞭解社群媒體行銷的脈絡與重要概念、觀察方法、發想社群媒體行銷企劃的能力。	Understanding of important concepts, observation methods, and the ability to develop social media marketing plans.

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、發表	測驗、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	112/09/11~112/09/17	定義社群媒體：合作選錄所需行銷知識	
2	112/09/18~112/09/24	後COVID時代的社群媒體市場	
3	112/09/25~112/10/01	導讀學習1、2 / 社群週報	
4	112/10/02~112/10/08	導讀學習3、4 / 社群週報	
5	112/10/09~112/10/15	國定假日	
6	112/10/16~112/10/22	期中選題策略：SDGs / 社群週報	

7	112/10/23~ 112/10/29	業師講座：青年創業家的藝文匯流－社群傳播的流量密碼	
8	112/10/30~ 112/11/05	期中影片、主視覺企劃報告	
9	112/11/06~ 112/11/12	期中影片、主視覺進度報告	
10	112/11/13~ 112/11/19	個案研究：Meta / 期中報告發表	
11	112/11/20~ 112/11/26	導讀學習5、6 / 社群週報	
12	112/11/27~ 112/12/03	導讀學習7、8 / 社群週報	
13	112/12/04~ 112/12/10	導讀學習9、10 / 社群週報	
14	112/12/11~ 112/12/17	導讀學習11、12 / 社群週報	
15	112/12/18~ 112/12/24	導讀學習13、14 / 社群週報	
16	112/12/25~ 112/12/31	敘事文案 / 社群週報	
17	113/01/01~ 113/01/07	社群媒體文化	
18	113/01/08~ 113/01/14	自主學習週：Teams讀書會 Celebrity, Convergence, and the Fate of Media Institutions	
課程培養 關鍵能力	資訊科技、社會參與、人文關懷、問題解決		
跨領域課程	STEAM課程(S科學、T科技、E工程、M數學，融入A人文藝術領域)		
特色教學 課程	專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	邏輯思考 永續議題		
修課應 注意事項	1.本課程不定期點名，缺席三次以上未請假者將按比例扣分。 2.相關課程細則以開學第一週版本為主。		
教科書與 教材	自編教材：簡報、講義		

<p>參考文獻</p>	<p>1.陳翰文譯 (2021)。《IG商品攝影指南》。台北：博碩。(原書：6151、中野晴代、もろんのん。[2019]。Instagram商品写真の撮り方ガイド。東京：スナップマーケット株式会社。)</p> <p>2.文淵閣工作室 (2022)。《社群經營一定要會的影音剪輯與動畫製作術》。台北：碁峰。</p> <p>3.冒牌生 (2023)。《超越地表最強小編！社群加薪時代》。台北：布克文化。</p> <p>4.汪豪、尹雨詩 (2022)。《地表最強文案公式：社群小編的最愛、千萬粉絲都吃這一套！》。台北：易富文化。</p> <p>5.江元毓譯 (2021)。《廣告人的行銷法則：在社會走跳必學的101行銷力》。台北：原點。(原書：Arrington, T.,Frederick,M.[2018].101 Things I Learned in Advertising School. NY: Crown.)</p> <p>6.張美惠譯 (2021)。《抖音：短影音、演算法、年輕化，世界最有價值新創公司的成功秘密》。台北：商業周刊。(原書：Brennan, M. [2020]. Attention factory: The story of TikTok and Chinas ByteDance. Independently published.)</p> <p>7.胡昭民 (2023)。《社群行銷圈粉力：打造爆紅商機的行銷工作術》。台北：博碩。</p> <p>8.鄭苑鳳 (2021)。《打造集客瘋潮的微電影行銷術(第二版)：影音剪輯實戰》。台北：博碩。</p> <p>9.鄧文淵、文淵閣工作室 (2021)。《超人氣Instagram視覺行銷力：經營IG品牌人氣王的120個秘技！》。台北：碁峰。</p> <p>10.張嘉芬譯 (2022)。《失控的匿名正義：抹黑中傷、獵巫肉搜，你敲下的每個字都是傷人的利器》。台北：寶鼎。(原書：每日新聞取材班。[2020]。SNS暴力なぜ人は匿名の刃をふるうのか。東京：每日新聞出版。)</p> <p>11.聞若婷譯 (2021)。《孤獨世紀：衝擊全球商業模式，危及生活、工作與健康的疏離浪潮》。台北：先覺。(原書：Hertz, N.[2020].The Lonely Century: Coming Together in a World Thats Pulling Apart. UK: Sceptre.)</p> <p>12.李佳容等譯 (2022)。《十億美元品牌的祕密：引爆電商、新創、零售的DTC模式，從產業巨頭手中搶走市場！》。台北：商周出版。(原書：Ingrassia, L. [2020]. Billion dollar brand club: How Dollar Shave Club, Warby Parker, and other disruptors are remaking what we buy. NY: Henry Holt.)</p>
<p>學期成績計算方式</p>	<p>◆出席率： 15.0 % ◆平時評量：5.0 % ◆期中評量：40.0 %</p> <p>◆期末評量：40.0 %</p> <p>◆其他〈 〉： %</p>
<p>備考</p>	<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>