

淡江大學 113 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	大數據運輸行銷	授課 教師	官家敏
	TRANSPORTATION MARKETING USING BIG DATA		
開課系級	共同科－商管 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TGLXB0A		
課程與SDGs 關聯性	SDG12 負責任的消費與生產 SDG13 氣候行動 SDG17 夥伴關係		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、習得瞭解專業知識。 二、有效學習自我規劃。 三、植基理論契合實務。 四、人際溝通團隊合作。 五、分析問題提供建議。 六、道德知覺全球公民。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：25.00) B. 具備專業知識的表達能力。(比重：20.00) C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：30.00) D. 具體審辨分析的思考能力。(比重：25.00)			
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：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：15.00) 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：10.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	本課程係帶領學生探討大數據對於行銷策略與運輸行銷之影響。內容包括運輸大數據、智慧運輸、行銷學概論。期許學生從本堂課程的內容講述以及課堂中分組互動及討論，培養思考、交流以跨域合作等學習思維，期望培養運輸科技及行銷管理人才，激發學生於未來應用大數據創造組織及客戶之價值。				
	This course guides students in exploring the impact of big data on marketing strategies and transportation marketing. The content includes transportation big data, smart transportation, and an introduction to marketing. It is expected that through the course lectures and group interactions and discussions in class, students will cultivate thinking, communication, and cross-disciplinary collaboration skills. The goal is to develop talents in transportation technology and marketing management, and inspire students to apply big data in the future to create value for organizations and customers.				
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	掌握大數據分析的基本原理			Master the basic principles of big data analysis.	
2	理解運輸行業的數據來源與特點			Understand the data sources and characteristics of the transportation industry.	
3	依據數據分析設計行銷方案			Design marketing strategies based on data analysis	
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	AB	12368	講述	討論(含課堂、線上)
2	認知	AB	12578	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	認知	BCD	123457	講述、模擬	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	114/02/17~ 114/02/23	大數據-概論	
2	114/02/24~ 114/03/02	大數據-常用指標	
3	114/03/03~ 114/03/09	大數據-特質	
4	114/03/10~ 114/03/16	行銷學-概論	
5	114/03/17~ 114/03/23	行銷資料的類型、來源與管理	
6	114/03/24~ 114/03/30	了解市場及消費者	
7	114/03/31~ 114/04/06	公司與行銷策略	
8	114/04/07~ 114/04/13	顧客關係管理	
9	114/04/14~ 114/04/20	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	114/04/21~ 114/04/27	行銷學-環境與4P組合概念	
11	114/04/28~ 114/05/04	行銷資料科學與行銷研究	
12	114/05/05~ 114/05/11	行銷資料科學與行銷研究	
13	114/05/12~ 114/05/18	行銷資料科學與大數據	
14	114/05/19~ 114/05/25	行銷資料科學與大數據	
15	114/05/26~ 114/06/01	大數據與運輸服務	
16	114/06/02~ 114/06/08	大數據與運輸服務	
17	114/06/09~ 114/06/15	期末考/期末評量週(老師得自行調整週次)	
18	114/06/16~ 114/06/22	教師彈性教學週(原則上不上實體課程，教師得安排教學活動或期末評量等)	
課程培養 關鍵能力		自主學習、社會參與、問題解決	
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容		邏輯思考 綠色能源	

修課應 注意事項	
教科書與 教材	自編教材：簡報 採用他人教材：簡報、影片
參考文獻	
學期成績 計算方式	◆出席率： 30.0 %    ◆平時評量：        %    ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉：        %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>