

淡江大學 113 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	網路行銷行為	授課 教師	游進湧 CHIN-YUNG YU
	INTERNET MARKETING STRATEGIES BASED ON CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	資工一碩專班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TEIXJ1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、培養獨立研究解決問題。 二、提昇研發能量創意設計。 三、厚植資訊工程專業知能。 四、養成自發自主終生學習。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 獨立解決問題能力。(比重：20.00) B. 獨立研究創新能力。(比重：20.00) C. 論文撰寫發表能力。(比重：10.00) D. 資訊工程研發能力。(比重：30.00) E. 專案計畫管理能力。(比重：10.00) F. 自主終生學習能力。(比重：10.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	在資訊時代巨量資料蓬勃發展下，人工智慧(AI)浪潮席捲全球各大行業下，許多資料科學的工具，如：機器學習、深度學習、消費者行為等，使管理者可以依數據協助決策。讓傳統直覺式的決策方法，逐步轉型成"證據導向決策(Evidence Based Decision)"。
	In the information age, under the booming development of big data, the wave of artificial intelligence (AI) sweeps across various major industries, many data science tools, such as: machine learning, deep learning, etc., enable managers to make decisions based on data. It transforms the traditional intuitive decision-making method into "evidence-based decision-making (Evidence Based Decision)".

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	學生能瞭解行銷資料科學	Students will be able to understand the Marketing Data Science.
2	介紹網路行銷資料科學	Introduce the concept of Marketing Data Science.
3	介紹行銷科學與大數據	introduced the concept,MDS and Big Data.
4	介紹市場分析與行銷資料科學	Introduces the concept of market analysis and marketing data science.

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	ABEF	23678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABDEF	1234678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	認知	ABDEF	12345678	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
4	技能	ABCDEF	12345678	講述、討論	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	Ch01 何謂行銷資料科學	
2	114/02/24~ 114/03/02	Ch02 行銷資料的類型、來源與管理	
3	114/03/03~ 114/03/09	Ch03 行銷資料科學技術概念	
4	114/03/10~ 114/03/16	Ch04 整合行銷資料科學與行銷研究	
5	114/03/17~ 114/03/23	Ch04 整合行銷資料科學與行銷研究	
6	114/03/24~ 114/03/30	Ch05 行銷資料科學與大數據	
7	114/03/31~ 114/04/06	Ch06 大數據行銷分析工具	
8	114/04/07~ 114/04/13	Ch06 大數據行銷分析工具	
9	114/04/14~ 114/04/20	個案探討	
10	114/04/21~ 114/04/27	期中報告	
11	114/04/28~ 114/05/04	Ch07 市場分析與行銷資料科學	
12	114/05/05~ 114/05/11	Ch08 STP理論與行銷資料科學	
13	114/05/12~ 114/05/18	Ch09 價值創新與行銷資料科學	
14	114/05/19~ 114/05/25	Ch10 價值溝通與行銷資料科學	
15	114/05/26~ 114/06/01	Ch11 行銷資料科學與策略	
16	114/06/02~ 114/06/08	分組報告	
17	114/06/09~ 114/06/15	分組報告	
18	114/06/16~ 114/06/22	期末報告	
課程培養 關鍵能力		自主學習、資訊科技、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) 素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))	
特色教學 課程		專案實作課程 專題/問題導向(PBL)課程	

課程 教授內容	邏輯思考 A I 應用 永續議題
修課應 注意事項	
教科書與 教材	採用他人教材:教科書、簡報、影片 教材說明: 行銷資料科學、Building AI Driven Marketing Capabilities Understand Customer Needsand Deliver Value Through AI
參考文獻	
學期成績 計算方式	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈期末報告〉：40.0 %
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。