

淡江大學114學年度第1學期課程教學計畫表

課程名稱	數位行銷與永續實務	授課教師	李昌益			
	DIGITAL MARKETING AND SUSTAINABILITIES					
開課系級	企管三P	開課資料	實體課程 選修 單學期 2學分			
	TLCXB3P					
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG11 永續城市與社區 SDG17 夥伴關係					
系（所）教育目標						
<p>一、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>						
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重						
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：30.00)</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。(比重：10.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：30.00)</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。(比重：20.00)</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：10.00)</p>						
本課程對應校級基本素養之項目與比重						
<ol style="list-style-type: none"> 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：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 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	藉由實際操作/如何建立文化品牌行銷系統思考及實作：品牌建立實務的14堂課 1.什麼是品牌/?什麼是行銷?定位定位的重要性 4堂 2.如何建立品牌 甚麼是文化品牌 ?如何實際操作行銷策略及操作概念分組及案例 實作作 4堂 3.文創品牌建立與應用 (ex 案例參訪 /北流/北藝/台中歌劇院參訪) 4堂 4.如何應用傳播 /媒體/語文表達報告/演講/開記者會 如何策畫上市活動執行 4堂
	How can we build the branding via strategic planning development and executions. The 16 branding courses 1. What's the branding ?Whta's positioning ? marekting & marketer 2. How to build the brand /Culture branding? /Cases stady 3. Culture branding cases stady /visit /interview 4. How to executing the branding and marketing via media ?

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	協助學員了解品牌建立實務 認知 行銷目標	To assit and establish brand strategy and execution

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	ABCDE	12345678	講述、討論、發表、實作	測驗、作業、討論(含 課堂、線上)、實 作、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	114/09/15~ 114/09/21	藉由實際操作/如何建立文化品牌行銷系統思考及實作： 介紹品牌建立實務的16堂課 1.什麼是品牌/?什麼是行銷?定位定位的重要性	課程介紹分組
2	114/09/22~ 114/09/28	什麼是行銷及企業策略及定位的重要性	
3	114/09/29~ 114/10/05	品牌及產品建立案例 Case Study 案例	
4	114/10/06~ 114/10/12	如何建立品牌價格策略架構及/本學期報告實際操作作品 牌小組內容	小組第一次報告
5	114/10/13~ 114/10/19	文創產業應用及參訪#1 ex. 北流 北藝 文化品牌實地參 訪	

6	114/10/20~ 114/10/26	文創產業與招商策略	
7	114/10/27~ 114/11/02	文創產業本質/美學本質/歷史詮釋/	Guest speaker
8	114/11/03~ 114/11/09	文化創意思考流程及實務	
9	114/11/10~ 114/11/16	流行文化/全球文化品牌案例討論	
10	114/11/17~ 114/11/23	期中評量週	
11	114/11/24~ 114/11/30	品牌創業財務分析獲利模式	
12	114/12/01~ 114/12/07	品牌通路策略 /小組報告進度2	
13	114/12/08~ 114/12/14	媒體策略與執行	
14	114/12/15~ 114/12/21	Event 與上市活動規劃與執行	
15	114/12/22~ 114/12/28	文化品牌與ESG 策略 /小組Interview 與報告輔導	
16	114/12/29~ 115/01/04	小組學期分組報告#1	
17	115/01/05~ 115/01/11	小組學期分組報告#2	
18	115/01/12~ 115/01/18	期末評量週	
課程培養 關鍵能力	自主學習、國際移動、資訊科技、社會參與、人文關懷、問題解決、跨領域		
跨領域課程	素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEPP(Society , Technology, Economy, Environment, and Politics)) 授課教師專業領域教學內容以外，融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者進行知識(教學)分享		
特色教學 課程	專案實作課程		
課程 教授內容	永續議題		
修課應 注意事項	需分組，分組人數4-5人		
教科書與 教材	自編教材:簡報、講義		
參考文獻			

學期成績 計算方式	<p>◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：20.0 %</p> <p>◆期末評量：30.0 %</p> <p>◆其他 <30%小組報告> : 30.0 %</p>
備 考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：https://web2.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>※「遵守智慧財產權觀念」及「不得不法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>