

淡江大學 114 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 SDG5 性別平等 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
一、精實管理科學專業。 二、學習自我成長。 三、連結理論與實務。 四、增進團隊合作溝通。 五、培養判斷與分析技巧。 六、重視組織永續經營。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 事業經營管理能力。(比重：10.00) B. 行銷與流通管理能力。(比重：35.00) C. 統計與決策分析能力。(比重：5.00) D. 財經分析能力。(比重：5.00) E. 團隊合作能力。(比重：15.00) F. 自我管理能力。(比重：20.00) G. 道德倫理能力。(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：15.00) 2. 資訊運用。(比重：25.00) 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：20.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：15.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介		<p>本課程將深入探討社群行銷的市場分析及其實際應用。課程內容包括了解不同社群媒體平台的特性、受眾分析、競爭者研究以及如何利用數據驅動行銷策略。透過理論講解與實例分析，學生將學習如何制定有效的社群行銷計劃，並掌握如何透過社群媒體增強品牌影響力。此課程適合對數位行銷有興趣的大學生，尤其是希望未來從事相關工作的同學。結業後，學生將具備基本的社群行銷技能，能夠獨立進行市場分析及策略制定。</p> <p>This course offers an in-depth exploration of market analysis and practical applications in social media marketing. The curriculum covers the characteristics of various social media platforms, audience analysis, competitive research, and how to utilize data-driven strategies to optimize marketing efforts. Upon completion, students will acquire fundamental skills in social media marketing, enabling them to independently conduct market analysis and develop strategic plans.</p>			
<p>本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應</p> <p>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。</p> <p>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。</p>					
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 theoretical and application framework of Internet and digital marketing and social media, establishes an analysis of the development and market of the entire Internet and digital marketing, and provides students with an assessment of their future career development. In today's rapid development of the Internet, how students learn and use online media will be beneficial to the development of related careers in the future.		
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、實作	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	114/09/15~114/09/21	1.課程介紹 2.現代網路行銷			
2	114/09/22~114/09/28	3.網路行銷研究 章節補充：產業資訊分享			

3	114/09/29~ 114/10/05	4.人工智慧與行銷 章節補充：產業資訊分享	
4	114/10/06~ 114/10/12	5.網路消費者行為 章節補充：產業資訊分享	
5	114/10/13~ 114/10/19	6.網路行銷的競爭策略 章節補充：產業資訊分享	
6	114/10/20~ 114/10/26	7.網路提供的服務 章節補充：產業資訊分享	
7	114/10/27~ 114/11/02	8.產品與品牌策略 章節補充：產業資訊分享	
8	114/11/03~ 114/11/09	9.網路訂價策略 章節補充：產業資訊分享	
9	114/11/10~ 114/11/16	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	114/11/17~ 114/11/23	10.網路配銷	
11	114/11/24~ 114/11/30	11.網路行銷傳播 章節補充：產業資訊分享	
12	114/12/01~ 114/12/07	12.部落格行銷 章節補充：產業資訊分享	
13	114/12/08~ 114/12/14	13.社群媒體行銷 章節補充：產業資訊分享	
14	114/12/15~ 114/12/21	14.數據行銷 章節補充：產業資訊分享	
15	114/12/22~ 114/12/28	15.數位多媒體廣告	
16	114/12/29~ 115/01/04	期末多元評量週	
17	115/01/05~ 115/01/11	期末多元評量週/教師彈性教學週	
18	115/01/12~ 115/01/18	教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力		自主學習、資訊科技、問題解決、跨領域	
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			
課程 教授內容		邏輯思考 A I 應用	
修課應 注意事項			

教科書與教材	自編教材：簡報、講義 採用他人教材：教科書 教材說明： 數位行銷 6版 曹修源·盧瑞山·王建富·陳水蓮·楊燕枝 著
參考文獻	
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://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。 ※「遵守智慧財產權觀念」及「不得非法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。