

淡江大學 114 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	社群媒體分析	授課 教師	黃紹綱 HUANG, SHAO-KANG
	SOCIAL MEDIA ANALYTICS		
開課系級	A I 四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TKFXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
一、教育學生運用程式、數學及人工智慧知識以分析科學與應用之相關問題。 二、訓練學生透過問題分析、實驗執行、數據解釋與推導演繹規劃與實作人工智慧系統，以解決科學與應用之相關問題。 三、教導學生能夠獨立完成任務及具備團隊合作精神之人工智慧工程師，使其專業素養與工作倫理能充分發揮於職場。 四、督促學生具備全球競爭的基本技能，以面對不同的生涯發展，並能持續終身學習。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 專業分析能力。(比重：35.00) B. 實務應用能力。(比重：35.00) C. 專業態度能力。(比重：15.00) D. 國際移動能力。(比重：15.00)			
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：30.00) 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：15.00) 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	本課程旨在介紹社群媒體分析的方法，強調如何運用資料分析理解社群媒體中的結構、內容與影響力，並培養學生判斷常見社群指標所代表意義及其可能偏差與誤用的能力，使學生能分析並解釋社群媒體中的各種情境。				
	This course aims to introduce analytical approaches to social media analytics, with an emphasis on using data analysis to understand social media structures, content, and influence. The course also develops students' ability to interpret commonly used social media metrics and recognize their potential biases and misuses, enabling students to analyze and explain various social media scenarios.				
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	學生能夠理解社群媒體分析的核心概念與範疇			Students will be able to understand the core concepts and scope of Social Media Analytics	
2	學生能解讀常見社群指標的意義與侷限			Students will be able to interpret and explain the meanings and limitations of commonly used social media metrics.	
3	學生能夠透過社群訊息內容、互動與角色行為的角度分析社群情境			Students will be able to analyze social media scenarios from the perspectives of content, interaction, and user roles.	
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	ABCD	12345678	講述、討論	作業、討論(含課堂、線上)
2	情意	ABCD	12345678	講述、討論	作業、討論(含課堂、線上)
3	技能	ABCD	12345678	講述、討論	作業、討論(含課堂、線上)
授 課 進 度 表					
週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)			備註
1	115/02/23~ 115/03/01	課程介紹			
2	115/03/02~ 115/03/08	什麼是社群媒體分析			

3	115/03/09~ 115/03/15	社群資料蒐集與資料倫理	
4	115/03/16~ 115/03/22	社群指標與常見迷思	
5	115/03/23~ 115/03/29	情境模擬：內容與互動策略模擬	
6	115/03/30~ 115/04/05	情境模擬：受眾行為與角色模擬	
7	115/04/06~ 115/04/12	情境模擬：品牌與行銷策略模擬	
8	115/04/13~ 115/04/19	情境模擬：社群危機與公關模擬	
9	115/04/20~ 115/04/26	期中評量週	
10	115/04/27~ 115/05/03	社群分析如何被「行銷」使用	
11	115/05/04~ 115/05/10	社群議題與輿論形成	
12	115/05/11~ 115/05/17	不同媒體型態下的分析差異：影音型社群媒體	
13	115/05/18~ 115/05/24	不同媒體型態下的分析差異：圖片型社群媒體	
14	115/05/25~ 115/05/31	畢業班課程期末多元評量週	
15	115/06/01~ 115/06/07		
16	115/06/08~ 115/06/14		
17	115/06/15~ 115/06/21		
18	115/06/22~ 115/06/28		
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		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			
課程 教授內容		邏輯思考 永續議題	
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： 曾祥景，社群媒體行銷，高立圖書有限公司
參考文獻	
學期成績計算方式	◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。