

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	數位行銷	授課 教師	陳意文 Yi-wen Chen
	DIGITAL MARKETING		
開課系級	資傳二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAIXB2A		
學系(門)教育目標			
<p>一、強化專業知識：教導資訊傳播與社會人文核心學理，以培養學生紮實的專業知識理解、分析和詮釋的能力。</p> <p>二、訓練實務知能：教導資訊傳播實務技能，以培養學生數位媒體專案企畫執行的能力。</p> <p>三、開發創意潛能：透過美學探索和作品賞析，以激發學生創意的自我開發。</p> <p>四、鼓勵業界互動：透過校外比賽活動、業界人士演講、進駐資傳產業公司實習或參與教師產學合作專案計畫，以與業界接軌並提升學生產業就業實務能力。</p> <p>五、培養團隊精神：教導溝通協調知識技能和分工合作完成專案技術，以培養學生團隊工作的領導力和適應力。</p> <p>六、深化專業倫理：教導學生資訊傳播專業倫理知識，以培養學生尊重專業倫理的態度和善盡社會責任的精神。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理知識。</p> <p>B. 能蒐集、分析資訊，和解讀、詮釋資訊意義。</p> <p>C. 能掌握資訊傳播發展趨勢。</p> <p>D. 能善用美學知識並激發自我創意。</p> <p>E. 能熟悉、運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>F. 能規劃、撰寫企畫書，並執行資訊傳播專案。</p> <p>G. 能協調溝通並團隊合作共同完成資訊傳播專案。</p> <p>H. 能知曉專業倫理與社會責任。</p>			
課程簡介	<p>本課程將透過學理與實務的介紹，引導學生了解數位行銷的內涵，並掌握整合行銷的概念。透過「做中學」，讓學生實踐行銷企畫方案。</p>		
	<p>The teaching goal of this course aims at introducing the core concepts of digital marketing and integrated marketing. Real cases will be provided as examples. Besides, this course uses a learning-by-doing facilitative approach to develop an experimental plan.</p>		

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如：「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	學生基本能力
1	1.學生將能學習數位行銷與整合行銷的基本概念。	1.Students will be able to learn the basic concepts of digital marketing and integrated marketing.	C2	AB
2	2.學生將能分析國內外相關案例。	2.Students will be able to analyze real cases among the world.	C5	ABC
3	3.學生將能發展並執行實際的行銷企劃。	3.Students will be able to develop an experimental plan.	C6	EFG
4	4.學生將理解數位行銷的發展趨勢與重要影響。	4. Students will be able to recognize the trend and importance of digital marketing.	A3	GH

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1.學生將能學習數位行銷與整合行銷的基本概念。	課堂講授、分組討論	出席率、期中考
2	2.學生將能分析國內外相關案例。	課堂講授	出席率、期中考
3	3.學生將能發展並執行實際的行銷企劃。	分組討論	報告、討論、實作
4	4.學生將理解數位行銷的發展趨勢與重要影響。	分組討論	實作

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	課程簡介	說明課程規劃、上課進度，以及評鑑方式。
2	09/20	行銷概念回顧與分組	複習「行銷學」相關概念

3	09/27	數位行銷的目的、工具及成效	
4	10/04	數位通路概要	
5	10/11	企畫主題討論	
6	10/18	案例分析-國內個案	
7	10/25	整合行銷概念介紹	
8	11/01	數位行銷企劃架構	
9	11/08	互動媒介與資通訊科技	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	案例分析-國外個案	
12	11/29	各組企畫內容簡報	
13	12/06	各組實作成果分享(1)	
14	12/13	各組實作成果分享(2)	
15	12/20	各組實作成果分享(3)	
16	12/27	各組實作成果分享(4)	
17	01/03	實作的延伸、維護與經營	
18	01/10	期末考試週	
修課應 注意事項	本課程為大一「行銷學」之延伸，修課同學應對行銷的基本概念有一定的認識與掌握，並曾提出「行銷企畫案」。故本課程將以「實作」為主，讓同學實際演練，透過線上開店、經營社群、或建置虛擬通路，執行自我規劃的數位行銷企畫。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	1.邱義智、吳大偉(2002)。第1本數位行銷工具書。台北市：中國生產力中心。		
參考書籍	1.肯特·渥泰姆，伊安·芬衛科(2008)。數位行銷：超時代行銷人的必修課。台北市：天下雜誌出版社。(台灣奧美互動行銷譯) 2.劉祥亞(2008)。Google：全球最大的數位行銷戰場。臺北縣：好優文化。		
批改作業 篇數	篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）		
學期成績 計算方式	◆平時考成績： % ◆期中考成績：20.0 % ◆期末考成績：20.0 % ◆作業成績： 40.0 % ◆其他〈上課參與及貢獻〉：20.0 %		

備 考

「教學計畫表管理系統」網址：<http://info.ais.tku.edu.tw/csp> 或由教務處
首頁〈網址：<http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/>〉教務資訊「教學計畫
表管理系統」進入。

※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。