

淡江大學 102 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	社群網路行銷	授課 教師	戴敏育 DAY, MIN-YUH
	SOCIAL MEDIA MARKETING		
開課系級	資管一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLMXJ1A		
系 (所) 教育目標			
致力於資訊科技與經營管理知識之科際整合研究發展，為國家與社會培育兼具資訊技術能力與現代管理知識的中高階人才。			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 現代管理知識應用。</p> <p>B. 邏輯思考。</p> <p>C. 關鍵分析。</p> <p>D. 結合資訊技術與管理。</p> <p>E. 研究與創新。</p> <p>F. 資料分析與應用。</p> <p>G. 資通安全管理。</p> <p>H. 言辭與文字表達。</p>			
課程簡介	<p>本課程介紹社會網路行銷基本概念與研究議題。課程內容包括社群網路商業模式、顧客價值與品牌、社群網路消費者心理與行為、社群網路行銷蜻蜓效應、行銷傳播研究、社群網路策略、社群網路行銷計劃、行動 APP 行銷、社群網路海量資料分析、與社群網路行銷個案研究。</p>		
	<p>This course introduces the fundamental concepts and research issues of social media marketing. Topics include Business Models of Social Media, Customer Value and Branding, Consumer Psychology and Behavior on Social Media, The Dragonfly Effect of Social Media Marketing, Marketing Communications Research, Social Media Strategy, Social Media Marketing Plan, Mobile Apps Marketing, Social Media Metrics, Big Data Analytics of Social Media, and Case Study on Social Media Marketing.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

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」、「系(所)核心能力」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其「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」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	系(所)核心能力
1	學生將能夠瞭解及應用社會媒體行銷基本概念與研究議題。	Students will be able to understand and apply the fundamental concepts and research issues of social media marketing.	P6	ABCDEFGH
2	學生將能夠進行社會媒體行銷相關之資訊管理研究。	Students will be able to conduct information systems research in the context of social media marketing.	P6	ABCDEFGH

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	學生將能夠瞭解及應用社會媒體行銷基本概念與研究議題。	講述、討論、賞析、問題解決	報告、上課表現
2	學生將能夠進行社會媒體行銷相關之資訊管理研究。	講述、討論、賞析、問題解決	報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◆ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◇ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◆ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◆ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	103/02/17~ 103/02/23	社會網路行銷課程介紹 (Course Orientation of Social Media Marketing)	
2	103/02/24~ 103/03/02	社群網路商業模式 (Business Models of Social Media)	
3	103/03/03~ 103/03/09	顧客價值與品牌 (Customer Value and Branding)	
4	103/03/10~ 103/03/16	社群網路消費者心理與行為 (Consumer Psychology and Behavior on Social Media)	
5	103/03/17~ 103/03/23	社群網路行銷蜻蜓效應 (The Dragonfly Effect of Social Media Marketing)	
6	103/03/24~ 103/03/30	社群網路行銷個案研究 I (Case Study on Social Media Marketing I)	
7	103/03/31~ 103/04/06	教學行政觀摩日 (Off-campus study)	
8	103/04/07~ 103/04/13	行銷傳播研究 (Marketing Communications Research)	
9	103/04/14~ 103/04/20	社群網路策略 (Social Media Strategy)	
10	103/04/21~ 103/04/27	期中報告 (Midterm Presentation)	
11	103/04/28~ 103/05/04	社群網路行銷計劃 (Social Media Marketing Plan)	
12	103/05/05~ 103/05/11	行動 APP 行銷 (Mobile Apps Marketing)	

13	103/05/12~ 103/05/18	社群網路評量指標 (Social Media Metrics)	
14	103/05/19~ 103/05/25	社群網路行銷個案研究 II (Case Study on Social Media Marketing II)	
15	103/05/26~ 103/06/01	社群網路海量資料分析 (Big Data Analytics of Social Media)	
16	103/06/02~ 103/06/08	端午節 放假一天 (Dragon Boat Festival)(Day off)	
17	103/06/09~ 103/06/15	期末報告 I (Term Project Presentation I)	
18	103/06/16~ 103/06/22	期末報告 II (Term Project Presentation II)	
修課應 注意事項	上課時間地點 (Time and Place) : 網路行銷 (Social Media Marketing) (Spring 2014) (MIS EMBA) (3 Credits, Elective) (M2144) (1022) (資管所碩士在職專班) (選修3學分) (2014.02-2014.06) (週一 Mon, 12,13,14, 19:20-22:10) (D504)		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	講義 (Slides) 社會媒體行銷相關個案與論文 (Cases and Papers related to Social Media Marketing Management)		
參考書籍	Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement, Dave Evans, Susan Bratton, Jake McKee, Sybex, 2010 Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter & Other Social Media, Liana Evans, Que, 2010. The Dragonfly Effect: Quick, Effective, and Powerful Ways To Use Social Media to Drive Social Change, Jennifer Aaker, Andy Smith, Dan Ariely and Chip Heath, Jossey-Bass, 2010. Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media, P. R. Smith and Ze Zook, Kogan Page, 2011		
批改作業 篇數	3 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	◆出席率： % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈課堂參與及報告討論表現〉：40.0 %		
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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。		