

國立勤益科技大學通識教育學院

114 學年度_1_學期 教學大綱

部別	☒ 日間部 ☐ 進修部 ☐ 推廣部		學制	☒ 四技 ☐ 二技 ☐ 二專
授課教師	鄭又腴		教師學歷	國立雲林科技大學管理博士(資訊管理)
教師經歷	企業行銷輔導顧問, 勞動部 TTQS 輔導顧問, 大學兼任助理教授, 數位行銷認證證照命題委員		教師級職	兼任助理教授
科目名稱(中)	數位行銷規劃與設計			
科目名稱(英)	Digital Marketing Planning and Design			
開課單位	☐ 基礎通識教育中心 ☒ 博雅通識教育中心	學分/學時數	2/2	
領域	☐ 人文藝術 ☒ 社會科學 ☐ 自然科技			
優質課程類別	☒ 一般課程、 ☐ 智慧財產權、 ☐ 內涵式服務學習課程、 ☐ 性別平等、 ☐ 綠色課程 ☐ 創新、創意課程、 ☐ 工作(職場)倫理課程、 ☐ 工具機技術研發 創新、創意課程定義：課程目標為「激發學生獨特的想像與創意思考，透過企劃與執行以創新模式解決實際問題。」			
科目與通識核心能力關聯	☒ 知識統整能力 <u>30</u> % ☒ 創意思維能力 <u>40</u> % ☐ 溝通表達能力 _____ % ☐ 美感鑑賞能力 _____ % ☐ 邏輯推理能力 _____ % ☐ 法治思辨能力 _____ % ☒ 博通宏觀能力 <u>30</u> % ☐ 倫理關懷能力 _____ % (核心能力定義請參見附件一，請選擇 2~3 項相關程度較高之核心能力)			
科目屬性	☒ 核心課程 ☐ 跨領域課程(須符合附件二定義，並請勾選下一欄) ☒ 生活性課程 ☐ 學術性課程 ☐ 通論性課程 ☐ 經典性課程 (屬性定義請參見附件二，可複選)			
跨領域課程	☐ 人文藝術領域： ☐ 社會科學領域： ☐ 自然科技領域： (以上總和百分比須達 100%)			
教科書	電子商務與網路行銷(第六版)，劉文良，基峰，出版日期：2018/01/30，ISBN：9789864766871。			
參考書目	網路行銷：結合觀念精華與實務經驗(4版)，作者：榮泰生，出版社：五南，出版日期：2011年09月22日，ISBN：9789571163802			
教學目標	網路市場的興盛與消費者行為的改變，企業正邁向精準、有效、節省成本的數位行銷，主要讓同學認識數位科技(含網路)對行銷造成的改變，以及廣告、媒體服務、網路整合服務等公司如何做好數位行銷規劃與設計。使學生掌握企業的發展趨勢，以及進行數位行銷的操作實務。			
評量方式	量化：出席(V) 作業(V) 平時考(V) 期中考(V) 期末考(V) 質化：簡報製作、口語表達、小組專題研究			

內容綱要	本課程將從消費者的觀點清楚瞭解如何進行數位行銷為重點，除以講授觀念與個案外，同時也加入同學的分組討論與實作。因此主要目標如下： 1.教授學生快速利用現有工具架站，獨立製作專業的數位網站。 2.培育學生具備基本數位行銷應用能力。 3.培育學生熟悉使用數位行銷資源運用之能力。 4.培育學生具備數位行銷基礎規劃、設計、上線、管理之能力。 5.培育學生具備數位行銷技術與基本知識。 6.培育學生儲備後續就業與創業之基礎。 7.透過實際案例讓學生瞭解企業之數位行銷應用狀況。
教學方式	以「課堂講述」、「電腦上機實作」與「課堂討論/分享（含個人、分組、提問）」等為主，包括影片講解、成功失敗案例分析、專題研究、若有機會則安排見習（含參觀及實務觀摩業界運作實況）、分組討論則希望同學能對問題彼此腦力激盪，使學習過程生動而有變化。教學上也會多利用各種輔助媒體，例如圖片、影片、報刊資料、國內外網際網路資源等，以提高教學效果。
創新教學活動設計	1. 教導學生快速架站，免費打造一個專業的個人網站，並可進行數位行銷平台初期的建置工作。 2.學期結束前完成個人作品及小組案例簡報。 3.全班所有同學加入數位行銷 LINE 社群，編組進行活動或作業討論並上群發表意見看法。

科目進度與內容

(勿只填寫單元名稱，請簡述內容)

週次	教學內容 ※申請跨領域課程時，將特別針對教學內容細節審核，請詳細說明，以作為審核依據	備註（課程活動與作業） ※請務必填寫	※若勾選「跨領域課程」請標註每週次涵蓋領域，可複選
1	數位行銷規劃及設計應用策略： 數位行銷的定義、架構體系及其與傳統行銷之差異，數位行銷的特點、基本功能及雙向趨勢，數位行銷 5P 組合	搜尋網路知名商店 數位行銷案例 各組分享心得	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
2	數位行銷工具介紹(weebly): 數位（網路）行銷廣告基本術語，數位行銷 10 種招數，數位行銷公司的服務事項及國內主要數位行銷公司	知名公司個案探討	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
3	網站行銷規劃與簡報技巧: 網路行銷的思維、要素及操作工具組合；網路行銷計劃內容、網路調查方法、e 口碑行銷、網路品牌經營、網路廣告及網路遊戲活動；網路族群的分類	知名網站案例介紹	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
4	一.企劃案架構擬定法 二.企劃案大綱模式分享 三.解決方案的提出技巧 四.企劃案撰寫的基本流程	編組分工及個案探討	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域

	五.企劃案撰寫的要點與技巧		
5	社群行銷 網路社群快速崛起，社群網站的類型、成員及經營，社群行銷案例	天藍小舖社群行銷探討	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
6	Facebook（臉書）行銷 臉書行銷概述，臉書成功行銷案例（之1）， 臉書成功行銷案例（之2）	康是美臉書成功行銷探討	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
7	部落格經營與行銷 部落格的意義、功能、目的及特性，部落格行銷的意義、優點、步驟、成功要因及案例，部落格經營的原則及要點，部落格行銷案例	部落格經營案例探討	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
8	期中考		☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
9	網路廣告市場分析 台灣網路廣告市場概析，網路廣告的種類（類型），台灣網路廣告產品，日本電通廣告轉戰網路廣告策略	數位行銷經營協會（DMA）網路廣告市場分析討論	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
10	關鍵字行銷 關鍵字廣告的意義、功能及特性，關鍵字廣告成長的原因及其行銷運用原則	雅虎奇摩關鍵字廣告專題介紹	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
11	網路廣告效果與網路行銷活動效果評估 網路廣告效果的評估指標，網路行銷活動效果的評估指標	效果評估指標探討	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
12	App 行銷 App 指尖經濟的規模與商業模式，手機 App 與 App 行銷的意義，App 品牌行銷要點，品牌 App 的成功案例，App 行銷與服務	政府及企業成功案例探討	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
13	行銷文案撰寫 平面廣告文案撰寫，直效行銷郵件撰寫，電視廣告與多媒體文案撰寫，網路文案撰寫，電子郵件行銷文案撰寫	行銷文案撰寫實作	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
14	數位行銷成功案例介紹 數位行銷經典案例（《動腦》雜誌），雅虎奇摩—成功的網路行銷案例分享，數位行銷成功案例（《廣告雜誌》），數位行銷的成功案例（《數位時代》月刊報導），其他數位行銷成	數位行銷成功案例分組探討	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域

	功案例		
15	LINE 行銷 LINE 發訊息 1:1 群發，動態主頁經營，暱稱+個性簽名行銷	LINE行銷實務討論	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
16	微電影行銷 微電影概論，微電影行銷企劃，微電影拍攝運鏡	微電影行銷探討實務討論	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
17	行動媒體與行動行銷（Mobile Marketing） 行動行銷的意義、趨勢、成功案例及使用方式，行動媒體未來的趨勢與挑戰，遠傳電信公司行動行銷服務介紹，國內較具規模的「行動媒體」服務公司	學生數位行銷專題報告	☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域
18	期末考		☐ 人文藝術領域 ☒ 社會科學領域 ☐ 自然科技領域

請遵守智慧財產權觀念，不得非法影印

附件一 核心能力定義

核心能力	定義與說明
A. 知識統整能力	學生能在各種知識與文化脈絡中，尋得恆久不變的價值觀，並將此價值觀融入其生活，進而認識、欣賞、尊重與珍惜生命的意義。
B. 創意思維能力	學生能認知各知識領域與多元文化間的差異處與鏈結點，進而具備跨領域思維與評判能力，使其能在固有的架構中，呈現嶄新的創造力。
C. 溝通表達能力	學生能釐清自我思想，並藉由正確且清楚的語文表達理念，以建立與他人良好的溝通。
D. 美感鑑賞能力	學生能認知、接收並傳達多元藝術美感，具備敏銳的鑑賞能力，並運用在不同領域的統整中。
E. 邏輯推理能力	學生能依據自身認知和客觀事實，運用邏輯分析與量化推理，進行反思與論證，進而做出合理判斷。
F. 法治思辨能力	學生能正確認知人權、民主、與法治之互動關聯，進行獨立思辨與論辯且基於人本關懷精神，以確立其自身與社會群體之關係。
G. 博通宏觀能力	學生能以基礎知識為本，培養前瞻性的觀點並開拓宏博的視野，以建立整全之人生觀。
H. 倫理關懷能力	學生能認知自身與所處環境的關係，並進而願意以己身之力與專業知識參與社會與環境的改造，提升正向能量。

附件二 課程屬性定義

核心課程：全校性共同必修之通識課程。

跨領域課程：課程內容須跨人文藝術/社會科學/自然科技三領域其中之二項以上。課程須有一主領域，其授課內容須達 60%以上，上限為 70%以下。(依 110 年 4 月 7 日 109-2 博雅通識中心第 1 次教評會議決議)

生活性課程：課程重點強調知識應用與人類生活相關之課程。

學術性課程：課程重點偏重理論發展之脈絡、思想之沿革、與歷史文化背景之因素。

通論性課程：針對特定領域或時代的知識與思想做綜觀性的介紹，與廣博性的探討。

經典性課程：針對特定領域或時代具有代表性的人物、思想、典籍做較為深入之探討、剖析、或導讀。