



教學計劃表 Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	數位行銷			學年/學期 Academic Year/Semester	113/2
課程名稱(英文) Course Name in English	Digital Marketing				
科目代碼 Course Code	BM__66160	系級 Department & Year	碩士	開課單位 Course-Offering Department	企業管理學系
修別 Type	選修 Elective	學分數/時間 Credit(s)/Hour(s)		3.0/3.0	
授課教師 Instructor	/廖茲全				
先修課程 Prerequisite					

課程描述 Course Description

數位時代已經深入日常生活當中，因此，企業應該利用數位行銷概念與顧客進行溝通，數位行銷並非只是利用數位平台銷售產品，而是整個企業需具有數位文化的思維。本課程將探討當前數位化時代中，行銷的內涵與策略選擇。

課程目標 Course Objectives

伴隨著行動數位建設的普及與使用的流行，網路、數位化與行銷已密不可分。本課程將從消費者與企業的角度讓學生了解如何在行動數位時代中規劃數位行銷策略，以及企業運用數位科技執行數位行銷活動，以及進行數位行銷研究之基本知識。

系專業能力 Basic Learning Outcomes		課程目標與系專業能力相關性 Correlation between Course Objectives and Dept.'s Education Objectives
A	具備企業管理理論的核心專業知識Core knowledge of theories related to business management	
B	具備邏輯思考與企業經營管理問題解決的能力Capability of logical thinking and problem solving to business management	●
C	具備領導、溝通協調與團隊運作的能力Capability of leadership, communication, and collaboration	○
D	具備國際觀以及外語溝通的能力Global perspective and capability of communication in foreign languages	●
E	具備資訊科技之妥善運用能力，以培育企業經營之運籌帷幄Capability of IT applications for business operations	●
F	具備企業倫理以奠定經營觀念之認知與堅持Having recognition and persistence of business ethics	○

圖示說明Illustration：● 高度相關 Highly correlated ○ 中度相關 Moderately correlated

授課進度表 Teaching Schedule & Content

週次Week	內容 Subject/Topics	備註Remarks
1	數位行銷簡介	
2	數行時代的行銷(一)	
3	數行時代的行銷(二)	
4	數位行銷下的商業模式(一)	
5	數位行銷下的商業模式(二) Google Analytics (GA) 介紹	

6	數位行銷環境中的消費者行為（一）	
7	數位行銷環境中的消費者行為（二）	
8	數位時代的客群經營	
9	期中報告 Midterm presentation	
10	自有媒體經營（一）：包含內容行銷、UGC以及SEO	
11	自有媒體經營（二）：包含內容行銷、UGC以及SEO	
12	數位廣告（一）	
13	數位廣告（二）	
14	社群媒體經營與傳播（一）	
15	社群媒體經營與傳播（二）	
16	新零售（一）：從e-commerce 到OMO	
17	新零售（二）：從e-commerce 到OMO	
18	期報告Final presentation (paper報告)	

教學策略 Teaching Strategies

- ☐ 課堂講授 Lecture
 ☐ 分組討論 Group Discussion
 ☐ 參觀實習 Field Trip
 ☐ 其他 Miscellaneous:

教學創新自評 Teaching Self-Evaluation

創新教學(Innovative Teaching)

- ☒ 問題導向學習(PBL)
 ☒ 團體合作學習(TBL)
 ☒ 解決導向學習(SBL)
 ☐ 翻轉教室 Flipped Classroom
 ☐ 磨課師 Moocs

社會責任(Social Responsibility)

- ☐ 在地實踐 Community Practice
 ☐ 產學合作 Industry-Academia Cooperation

跨域合作(Transdisciplinary Projects)

- ☐ 跨界教學 Transdisciplinary Teaching
 ☐ 跨院系教學 Inter-collegiate Teaching

- ☐ 業師合授 Courses Co-taught with Industry Practitioners

其它 other:

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments									
配分項目 Items	配分比例 Percentage	多元評量方式 Assessments							
		測驗 會考	實作 觀察	口頭 發表	專題 研究	創作 展演	卷宗 評量	證照 檢定	其他
平時成績(含出缺席) General Performance (Attendance Record)	20%								
期中考成績 Midterm Exam	10%			✓	✓				
期末考成績 Final Exam	50%			✓	✓				
作業成績 Homework and/or Assignments	20%		✓	✓					
其他 Miscellaneous (_____)									
評量方式補充說明 Grading & Assessments Supplemental instructions Final report: paper presentation Present a paper related to digital marketing JM, JMR, JCR, JAMS, SMJ, HBR, 台大管理論，管理評論、管理學報..etc. Two/one designated Journal present 教科書與參考書目（書名、作者、書局、代理商、說明） Textbook & Other References (Title, Author, Publisher, Agents, Remarks, etc.) Textbook 數位行銷（二版） 作者：黃俊堯 出版社：雙葉書廊 Reference Top Journals: JM, JMR, JCR, SMJ, JAMS... Case study and discussion, e.g, google, line, Linkedlin, pchome 課程教材網址(含線上教學資訊, 教師個人網址請列位於本校內之網址) Teaching Aids & Teacher's Website(Including online teaching information. Personal website can be listed here.) 其他補充說明 (Supplemental instructions)									