



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	114/2	
課程名稱(英文) Course Name in English	Digital Marketing				
科目代碼 Course Code	MGT_5425Z	系級 Department & Year	碩專	開課單位 Course-Offering Department	管理學院
修別 Type	選修 Elective	學分數/時間 Credit(s)/Hour(s)	2.0/2.0		
授課教師 Instructor	/徐暘展				
先修課程 Prerequisite					
課程描述 Course Description					
<p>本課程旨在建立系統性理解數位行銷之核心概念、策略架構與實務應用，並回應數位科技與人工智慧快速演進下，企業在行銷決策、顧客互動與價值創造上所面臨的轉型挑戰。課程內容涵蓋數位行銷的演變脈絡、策略規劃、執行工具與績效管理，從「操作工具」進階至「判斷與整合決策」。課程強調以顧客價值與體驗為核心的數位行銷思維，協助整合市場資料與數位洞察，精準定位目標客群，並設計具備策略一致性與可執行性的數位行銷計畫，亦將適度引入人工智慧與數位平台生態的觀點，協助同學理解未來行銷決策環境的變化，培養在高度數位化與自動化情境中，仍能維持判斷力與治理能力的管理視角。</p> <p>上課時間：週日 5/10、5/17、5/24、5/31、6/7、6/14、6/28 13:40-18:30</p>					
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。					
院基本素養與核心能力 College Basic Learning Outcomes				課程目標與院基本素養與核心能力 Correlation between Course Objectives and Basic Learning Outcomes	
A	具備企業管理理論體系的基础與進階實務知識的應用能力。With a solid foundation of management theories and advanced practical application abilities			●	
B	具備邏輯思考、問題分析、問題解決與決策能力。With logical thinking, problem analysis, problem solving and decision making ability			○	
C	善用資訊科技進行資訊蒐集、分析與統整的能力。With capacity to utilize IT in conducting information gathering, data analysis and integration			●	
D	具備領導、溝通協調與團隊合作的統合能力。With leadership, communication, cooperation, coordination and team integration ability			●	
E	具備國際視野以及當前商管趨勢的掌握能力。With a global perspective and mastery of current management trends in business			○	
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	數位行銷的演變和趨勢				5/10
2	數位行銷環境				5/10
3	數位行銷策略				5/10
4	內容行銷與自媒體				5/17

5	數位分析	5/17
6	社群媒體	5/17
7	數位行銷戰術	5/24
8	行動商務與數位行銷	5/24
9	數位行銷溝通管理	5/24
10	數位產品管理	5/31
11	顧客體驗管理	5/31
12	科技與數位行銷	6/7
13	數位平臺與生態圈	6/7
14	虛實整合新零售	6/7
15	數位B2B行銷	6/14
16	電子與行動商務價值創造與展望	6/14
17	AI與數位行銷	6/14
18	期末專題報告	6/28

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)	30%								各週課堂活動參與
期中考成績 Midterm Exam	30%								
期末考成績 Final Exam	40%								小組口頭及書面報告
作業成績 Homework and/or Assignments									
其他 Miscellaneous (_____)									

評量方式補充說明

Grading & Assessments Supplemental instructions

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.)

數位行銷(第二版)、黃俊堯、雙葉書廊、2022年

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)