

109-2 大葉大學 完整版課綱

基本資料

課程名稱	社群經營與行銷	科目序號/代號	2069 / COM2003
必選修/學分數	選修 /3	上課時段/地點	(二)234 /B302
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	林建信 / 專任	畢業班/非畢業班	非畢業班
學制/系所/年班	大學日間部 / 管理學院院部 / 3年2班		
Office Hour / 地點	(二) 13:20~14:10、(二) 14:20~15:10、(二) 15:20~16:10、(三) 10:10~11:00、(三) 11:10~12:00、(四) 10:10~11:00、(四) 11:10~12:00 / D103		

課程簡介與目標

網路社群經營行銷，成為品牌行銷的重要面向，透過網路社群的互動，使得品牌深入人心，透過消費族群分享還能傳播到更多的目標族群裡。有鑑於許多公司的市場及行銷部門，欲將使用社群網為日常營運的一部份，並因應社群反應來做銷售、產品、服務，因此本課程除了介紹社群行銷的基本概念，並透過實務的案例，針對社群行銷市場做詳細介紹，尤其社群編輯各項實務及技巧都是本課程的學習重點。

Social media management and marketing become essential factors of brand building. Through social media interaction, consumers can share the information to reach the target. Therefore, many companies use social media for marketing and providing service. This course will introduce social media marketing basic concepts. We will provide practical examples for students, especially technical practices and skills.

課程大綱

週次 Wk 課程內容 Content 備註 Note





- 1 課程及授課大綱介紹 教師講授
- 2 數位行銷之原理原則(搶錢大作戰~P20-39) 教師講授
- 3 社群平台行銷(P40-62) 分組報告
- 4 建立粉絲專頁(P108-142) 分組報告
- 5 業績就靠廣告投放(143-178) 分組報告
- 6 全螢幕互動廣告(P179-212) 業師教學
- 大數據與精準行銷
- 7 建立Line@(P217-232) 業師教學
- Google與臉書精準行銷
- 8 我的家園真可愛(P233-248) 業師教學
- 行動裝置與精準行銷
- 9 粉絲召集令(P249-264) 業師教學
- 精準行銷與社群經營
- 10 訊息推播(P265-294) 業師教學
- 議題操作與社群經營
- 11 編輯訊息(P295-324) 業師教學
- 影音社群經營
- 12 加值服務(P325-366) 分組報告

- 13 推播優惠券 367-409 分組報告
- 14 編寫新資訊(407-447) 分組報告
- 15 行銷分析數據448-472 分組報告
- 16 提升曝光秘技473-510 分組報告
- 17 直播行銷分組競賽 競賽
- 18 期末頒獎及反饋

基本能力或先修課程

無

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  正確企業倫理觀
-  基礎商管與資訊能力
-  管理實務實踐能力
-  跨領域之應用能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
基礎商管與資訊 能力	30	具備資訊應用之基本能 力 具備商管基本知識 具備溝通表達能力	講述法 小組討論	小組合作狀況: 15% 課程參與度: 15% 期中考: 40% 書面報告: 30%	加總: 100	30
管理實務實踐能 力	20	具備企劃撰寫、執行 與管理能力 具備管理專業知識 具備解決問題的能力	講述法 小組討論	小組合作狀況: 15% 課程參與度: 15% 期中考: 40% 書面報告: 30%	加總: 100	20
正確企業倫理觀	20	具備工作倫理與職業道 德觀 具備自我省思及人文關 懷的能力	講述法 小組討論	期中考: 40% 課程參與度: 15% 小組合作狀況: 15% 書面報告: 30%	加總: 100	20
跨領域之應用能 力	30	具備團隊合作能力 具備創新思考能力 具備跨域整合能力	講述法 小組討論	期中考: 40% 課程參與度: 15% 小組合作狀況: 15% 書面報告: 30%	加總: 100	30

成績稽核

期中考: 40%

書面報告: 30%

小組合作狀況: 15%

課程參與度: 15%

書籍類別 (尊重智慧財產權, 請用正版教科書, 勿非法影印他人著作)

書籍類別	書名	作者
教科書	顧客關係管理：觀念、策略與工具	Kumar and Reinartz
參考教材及專業期刊導讀	數位行銷	黃俊堯

上課進度

週次	教學內容	教學策略
1	課程簡介(Course introduction) & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書) & 交通安全宣導	講述法、 小組討論
2	策略行銷分析架構(Strategic marketing management)	講述法、 小組討論
3	消費者行為(Consumer behavior)	講述法、 小組討論
4	顧客關係管理(Customer relationship management)	講述法、 小組討論
5	顧客分析(Customer analysis)	講述法、 小組討論
6	數位行銷(Digital marketing)	講述法、 小組討論
7	電子商務(Electronic commerce)	講述法、 小組討論
8	行銷計劃書與報告(Marketing plan and presentation)	講述法、 小組討論
9	期中考試(Mid-term)	講述法、 小組討論
10	社群與顧客投入(Social media and customer engagement)	講述法、 小組討論
11	顧客角色(Customer role)	講述法、 小組討論
12	社群事業與生態系(Social business and social business ecosystem)	講述法、 小組討論
13	社群平台(Social networking platform)	講述法、 小組討論
14	內容規劃(Content plan)	講述法、 小組討論
15	社群活動(Activity)	講述法、 小組討論
16	自媒體行銷(We-media marketing)	講述法、 小組討論
17	口碑行銷(WoM marketing)	講述法、 小組討論
18	期末考試與報告(Final exam and oral presentation)	講述法、 小組討論