

111-2 大葉大學 完整版課綱

基本資料			
課程名稱	精準廣告與行銷	科目序號/代號	1492 / IBM3105
必選修/學分數	選修 /3	上課時段/地點	(二)234 /B003-2
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	丁后儀 / 專任	畢業班/非畢業班	非畢業班
學制/系所/年班	大學日間部 / 國際企業管理學系 /3年1班		
Office Hour / 地點	(二) 12:00~13:20、(二) 13:20~14:10、(二) 14:20~15:10、(四) 09:10~10:00、(四) 10:10~11:00、(四) 11:10~12:00、(四) 12:00~13:20、(五) 12:00~13:20 / A513		
協同授課教師	鄭孟玉		

課程簡介與目標

為培養管理學院學生具備跨境電商行銷能力，包含應用於電子商務、行銷企劃、廣告投放、數據分析等，課程教授行銷工具軟體：Google Ads, Facebook 廣告, Amazon等網路行銷、社群、電子商務平台軟體，除了廣告投放操作，更強調行銷應用能力之培養。

課程大綱

課程內容包括：1. Facebook 社群行銷 2. 電子商務平台 3. Google Ads 4. 整合應用

基本能力或先修課程

電腦基礎操作、行銷管理、行銷企劃、專案管理

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  國際視野
-  溝通合作
-  專業知識
-  企業倫理
-  整合應用

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】
國際視野	10	能夠檢視不同國家、文化間的差異、且能夠體會不同國家、文化對個人行為、態度和溝通的影響	個案討論	分組報告: 30% 課堂討論: 70%	加總: 100	10
溝通合作	30	能向他人學習、教導他人或對現狀進行檢討反思, 且能使用口語、書面或其他形式適切地表達, 同時且具備參與、溝通協調、合作之精神, 能在多元文化環境中執行所交付的任務。	小組討論 小組合作 專題報告	分組報告: 30% 成品製作: 30% 小組合作狀況: 40%	加總: 100	30
專業知識	20	培養學生具備國際貿易或行銷創意之專業知識, 並對資訊掌握、邏輯運用有基礎認知, 具備基礎整合、規劃的能力。	學生上台報告 專題報告	分組報告: 50% 成品製作: 50%	加總: 100	20
企業倫理	10	瞭解專業倫理及社會責任, 培養自我省思及人文關懷的能力	個案討論 小組合作	分組報告: 50% 成品製作: 50%	加總: 100	10
整合應用	30	能呈現出相關知識、技能與態度, 能選擇有效方法將所設定目標完成, 能有效地達成任務(職能)所賦予的要求。	小組討論 小組合作 專題報告	分組報告: 40% 作業: 40% 課堂討論: 20%	加總: 100	30

成績稽核

分組報告: 39%

成品製作: 24%

課堂討論: 13%

作業: 12%

小組合作狀況: 12%

書籍類別

書名

作者

自編教材

自編教材

丁后儀

上課進度

週次	教學內容	教學策略
1	2/21 課程介紹及基本概念建立 & 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、 小組合作
2	2/28 228連假	國定假日
3	3/7 市場分析：行業的研究分析與選定、TA與STP概念	講述法、 小組討論、 小組合作
4	3/14 市場分析：SWOT優劣危機分析	小組合作
5	3/21 市場分析：基礎的行銷概念與定價策略	小組合作
6	3/28 關鍵字設定	講述法、 小組合作
7	4/4 春假	國定假日
8	4/11 YouTube影音行銷-1(業師)	個案討論、 小組合作
9	4/18 YouTube影音行銷-2(業師)	個案討論、 小組合作
10	4/25 Instagram行銷_1(業師)- 5/6 6H	講述法、 小組討論、 小組合作
11	5/2 Instagram行銷_2(業師)- 5/6 6H	小組討論、 小組合作
12	5/9 Instagram行銷作品發表&如何寫一篇帶來精準流量的文章	講述法、 個案討論、 小組合作
13	5/16 line @行銷-1(業師)	個案討論、 小組合作
14	5/23 line @行銷-2(業師)	個案討論、 小組合作
15	5/30 line @行銷作品分享+YouTube影音行銷作品發表	小組討論、 個案討論
16	6/6 期末專題製作與指導	小組討論、 個案討論
17	6/13 專題報告_1	小組討論、 個案討論
18	6/20 專題報告_2	小組討論、 個案討論