

47

114.07.17 修訂
2025.07.17 Revised

國立陽明交通大學遠距教學課程教學計畫表

The Teaching Plan for Distance Learning Courses of National Yang Ming Chiao Tung University

填表說明：

- ◆ 本校遠距教學課程定義：(1)係指本校修課學生皆以遠距線上方式進行學習之課程。(2)遠距(同步及非同步)授課時數超過總授課時數二分之一。
- ◆ 同步遠距教學方式：授課教師採用網路傳輸媒體或視訊系統，以即時遠距離互動之進行教學活動。
- ◆ 非同步遠距教學方式：授課教師製作數位教材提供至數位教學平台，讓學生透過網路學習之教學方式。
- ◆ 教師應於擬開授遠距課程之前一學期開學前，先提送數位教學中心數位課程審查小組確認可核計之授課時數，方可提至系、院課程委員會進行專業審查，最後送校課程委員會審核通過後，始得開課。本教學計畫大綱會上傳至教育部「大學校院課程網」。

壹、課程基本資料（有包含者請於□打√/每個欄位請務必填寫或勾選）

開課學期	114 學年度 <input type="checkbox"/> 上學期 <input checked="" type="checkbox"/> 下學期 <input type="checkbox"/> 暑期 <input type="checkbox"/> 寒假（請擇一勾選）		
開課單位	主開系所：科技管理研究所 輔開系所：		
課程學制	<input type="checkbox"/> 學士班 <input type="checkbox"/> 學士後專班 <input checked="" type="checkbox"/> 碩士班 <input type="checkbox"/> 碩士在職專班 <input checked="" type="checkbox"/> 博士班 <input type="checkbox"/> 學位學程（ <input type="checkbox"/> 四年制 <input type="checkbox"/> 碩士班 <input type="checkbox"/> 博士班） <input type="checkbox"/> 學分學程 <input type="checkbox"/> 其他教學單位		
科目類別	<input type="checkbox"/> 共同科目 <input checked="" type="checkbox"/> 專業科目 <input type="checkbox"/> 教育科目 <input type="checkbox"/> 其他：_____		
課程名稱	中文：數位行銷與市場研究 英文：Digital Marketing and Market Research		
授課教師姓名及 職稱	林亭汝 教授 ※若欲申請教育部數位學習課程認證，請注意至多為四位教師開課。		
永久課號	MGMT30112	當期課號	537813
學分數	3	選課別	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修 <input type="checkbox"/> 其他
開課班級數	1	預計總修課人數	20
全英語教學	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	課程字幕	<input type="checkbox"/> 有字幕 <input checked="" type="checkbox"/> 無字幕
課程平臺網址 (優先使用本校 數位教學平台)	<input checked="" type="checkbox"/> E3平台 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：Google Meet 同步教學	外校收播情形(無 則免填)	請填列本校課程主播而外校 收播之校名與系所： 外校名稱：_____ 外校系所：_____
與國外學校有合 作遠距課程(無則 免填)	與國外學校有合作遠距課程，請填列： 國外合作學校與系所名稱：_____ <input type="checkbox"/> 國內主播 <input type="checkbox"/> 境外專班 <input type="checkbox"/> 雙聯學制 <input type="checkbox"/> 其他		
申請審查類別	<input checked="" type="checkbox"/> 校內遠距課程審查 <input type="checkbox"/> 欲申請教育部數位學習課程認證（須填寫附件一教育部課程認證初評表）		

貳、課程教學計畫（有包含者請於□打 V/每個欄位請務必填寫或勾選）

<p>教學目標</p>	<p>1. 理解數位行銷基礎：掌握數位行銷的核心概念、模式與工具。 2. 熟悉市場研究方法：學習定性與定量研究方法，並能應用於數位情境。 3. 分析消費者行為：透過數據分析與研究報告，理解消費者需求與決策過程。 4. 培養策略規劃能力：能夠設計有效的數位行銷策略與研究方案。 5. 強化實務應用：能運用數位工具（如 Google Analytics、社群分析）進行行銷決策。</p>																																																																																											
<p>授課方式</p>	<table border="1"> <tr> <td colspan="2">授課方式</td> <td>週數</td> <td>總時數</td> <td colspan="2" rowspan="5"> ※請注意： ①遠距(同步及非同步)授課時數超過總授課時數二分之一。 ②若欲申請教育部數位學習課程認證，1/2以上週次須採非同步遠距教學，1/6以上週次須採同步教學，以16週為例，非同步須≥8週，同步須≥3週。 </td> </tr> <tr> <td colspan="2">非同步遠距教學</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td colspan="2">同步遠距教學</td> <td>16</td> <td>48hr</td> </tr> <tr> <td colspan="2">面授</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td colspan="2">其他：_____</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					授課方式		週數	總時數	※請注意： ①遠距(同步及非同步)授課時數超過總授課時數二分之一。 ②若欲申請教育部數位學習課程認證，1/2以上週次須採非同步遠距教學，1/6以上週次須採同步教學，以16週為例，非同步須≥8週，同步須≥3週。		非同步遠距教學		0	0	同步遠距教學		16	48hr	面授		0	0	其他：_____																																																																				
授課方式		週數	總時數	※請注意： ①遠距(同步及非同步)授課時數超過總授課時數二分之一。 ②若欲申請教育部數位學習課程認證，1/2以上週次須採非同步遠距教學，1/6以上週次須採同步教學，以16週為例，非同步須≥8週，同步須≥3週。																																																																																								
非同步遠距教學		0	0																																																																																									
同步遠距教學		16	48hr																																																																																									
面授		0	0																																																																																									
其他：_____																																																																																												
<p>課程內容大綱</p>	<p>※請注意：非同步遠距週次請提供影音教材 MP4 檔案，申請校內遠距課程審查者若影片時長小於非同步遠距授課時數，請補充說明搭配的教學活動與時數規劃，並提供相關附件或佐證資料。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">週次</th> <th rowspan="2">授課內容</th> <th colspan="3">授課時數</th> <th rowspan="2">補充說明</th> </tr> <tr> <th>面授</th> <th>非同步遠距</th> <th>同步遠距</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>數位行銷的定義與發展趨勢</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>數位行銷工具與通路（SEO、社群媒體、內容行銷）</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>數位顧客旅程與消費者行為</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>市場研究的流程與設計</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>定性研究：焦點團體、深度訪談</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>定量研究：問卷設計與抽樣方法</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>數據蒐集與資料庫管理</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>描述性與推論性統計在行銷研究的應用</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>數位工具實務操作（Google Analytics、社群數據分析）</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>品牌定位與數位行銷策略</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>廣告投放與成效評估</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>數位顧客關係管理（e-CRM）</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>數位行銷與市場研究整合案例</td> <td></td> <td></td> <td>3hr</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					週次	授課內容	授課時數			補充說明	面授	非同步遠距	同步遠距	1	數位行銷的定義與發展趨勢			3hr		2	數位行銷工具與通路（SEO、社群媒體、內容行銷）			3hr		3	數位顧客旅程與消費者行為			3hr		4	市場研究的流程與設計			3hr		5	定性研究：焦點團體、深度訪談			3hr		6	定量研究：問卷設計與抽樣方法			3hr		7	數據蒐集與資料庫管理			3hr		8	描述性與推論性統計在行銷研究的應用			3hr		9	數位工具實務操作（Google Analytics、社群數據分析）			3hr		10	品牌定位與數位行銷策略			3hr		11	廣告投放與成效評估			3hr		12	數位顧客關係管理（e-CRM）			3hr		13	數位行銷與市場研究整合案例			3hr	
週次	授課內容	授課時數			補充說明																																																																																							
		面授	非同步遠距	同步遠距																																																																																								
1	數位行銷的定義與發展趨勢			3hr																																																																																								
2	數位行銷工具與通路（SEO、社群媒體、內容行銷）			3hr																																																																																								
3	數位顧客旅程與消費者行為			3hr																																																																																								
4	市場研究的流程與設計			3hr																																																																																								
5	定性研究：焦點團體、深度訪談			3hr																																																																																								
6	定量研究：問卷設計與抽樣方法			3hr																																																																																								
7	數據蒐集與資料庫管理			3hr																																																																																								
8	描述性與推論性統計在行銷研究的應用			3hr																																																																																								
9	數位工具實務操作（Google Analytics、社群數據分析）			3hr																																																																																								
10	品牌定位與數位行銷策略			3hr																																																																																								
11	廣告投放與成效評估			3hr																																																																																								
12	數位顧客關係管理（e-CRM）			3hr																																																																																								
13	數位行銷與市場研究整合案例			3hr																																																																																								

	14	電商與社群平台行銷分析			3hr	
	15	專題研究:設計一份數位行銷與市場研究企劃案			3hr	
	16	成果簡報與討論			3hr	
教科書及參考書資料	<p>1. 教科書： (1) Frost, R. (2023). <i>eMarketing: Digital Marketing Strategy International Student Edition</i>. Routledge. (2) Naresh K. Malhotra (2020). <i>Marketing Research: An Applied Orientation, 7th edition</i>. 華泰文化.</p> <p>2. 講義： 3. 參考資料： 4. 相關網站：</p> <p>※請注意：教師授課使用之教材，不得非法重製，並應遵守著作財產權之相關規定，如有涉及犯罪或侵權行為應負相關法律責任。建議老師參考主管機關之教師授課著作權錦囊(連結經濟部智慧財產局)</p>					
教學活動(可複選)	<p>※請注意：①整門課須使用三種(含)以上教學活動。 ②若欲申請教育部數位課程認證，則須使用五種以上教學活動，並須包含一種以上的合作學習策略(如 C、F、I)。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>A.講述 <input checked="" type="checkbox"/>B.學習指引 <input checked="" type="checkbox"/>C.分組報告 <input checked="" type="checkbox"/>D.個人報告 <input checked="" type="checkbox"/>E.議題討論 <input checked="" type="checkbox"/>F.分組討論 <input type="checkbox"/>G.示範操作 <input checked="" type="checkbox"/>H.練習測驗 <input type="checkbox"/>I.同儕互評 <input checked="" type="checkbox"/>J.實例分享 <input checked="" type="checkbox"/>K.課堂作業 <input checked="" type="checkbox"/>L.課後作業 <input type="checkbox"/>M.其他(請說明)：</p>					
於 E3 會使用之功能(可複選)	<p><input checked="" type="checkbox"/>最新消息發佈、瀏覽 <input checked="" type="checkbox"/>教材內容設計、觀看、下載 <input checked="" type="checkbox"/>成績系統管理及查詢 <input checked="" type="checkbox"/>進行線上測驗、發佈 <input checked="" type="checkbox"/>學習資訊 <input checked="" type="checkbox"/>互動式學習設計(聊天室或討論區) <input type="checkbox"/>各種教學活動之功能呈現 <input type="checkbox"/>其他相關功能(請說明)：_____</p>					
師生互動方式(可複選)	<p><input checked="" type="checkbox"/>同步遠距討論：_16_次(每週日17:30~18:30) <input type="checkbox"/>實體討論： <input type="checkbox"/>非同步議題討論：_____次 <input type="checkbox"/>其他(請說明)：_____</p>					
作業繳交方式(可複選)	<p><input checked="" type="checkbox"/>提供線上說明作業內容 <input type="checkbox"/>線上即時作業填答 <input checked="" type="checkbox"/>作業檔案上傳及下載 <input type="checkbox"/>線上測驗 <input type="checkbox"/>成績查詢 <input type="checkbox"/>其他(請說明)：_____</p>					

成績考評標準由授課教師依科目性質、教學目標與課程內容自訂：			
類別	百分比	說明	計分參考
平時成績 (學習參與/學習 歷程紀錄) ※請注意：若欲 申請教育部數位 學習課程認證， 教師應用五種以 上學習歷程紀錄 做為評量依據。	40%	教材瀏覽時間 8%	每週均能依週次進度閱覽教材，閱覽時間累計達學分授課時數。
		教材瀏覽次數 8%	每週均能閱覽課程公告、教材內容、討論區等資訊。
		議題發言 8%	提供_5_次議題討論，二分之一以上議題均能張貼發言，且質量均佳。
		議題回應 8%	提供_5_次議題討論，二分之一以上議題均能回應同儕，且質量均佳。
	課程測驗 8%	提供_2_次線上測驗，每週均能依週次進度進行自我評量，以了解當週教材認知理解的程度，擇優十次成績採計。	
	作業	20%	
期末報告	40%		
合計	100%		
課業輔導措施	1. 授課教師：林亭汝/ gtrl@nycu.edu.tw /綜合一館 A714 2. 教學助理：黃天立/ htlcjwd@gmail.com/週一至週五17:30~18:30；週六、週日全天 3. 線上辦公室時間：每週日 17:30~18:30 4. 其他：		
上課注意事項			

為避免影響或延誤申請遠距教學之課程之流程，送出前請再次確認以上所有欄位均已勾選或填寫完成，謝謝。(請協助勾選以下欄位後再送出)

確認以上所有欄位均已勾選或填寫完成，謝謝。