

明志科技大學管理暨設計學院
數位行銷設計碩士學位學程課程綱要

課程名稱：（中文）數位行銷專題		開課單位	數位行銷設計碩士學位學程	
（英文）Special Topics in Digital Marketing		課程代碼		
可授課教師：				
學分數/時數	3/3	☐ 必修 ☒ 選修	年級/學期	上學期
先修科目或先備能力：無				
課程目標：本課程旨在培養學生規劃與執行數位行銷設計流程的能力。學生將學習如何定義市場問題、深入觀察消費者行為，並能清楚掌握行銷專題中各階段的執行重點，最終做出能完整傳達訊息且具備設計美學的行銷方案。				
教科書	無			
參考書	無			
E 化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)			
教學方法 (可複選)	☒ 理論講授、 ☒ 實務講授、 ☒ 個案分析、 ☐ 企業參訪、 ☐ 業師協同、 ☐ 遠距教學、 ☒ 分組實作、 ☐ 課堂練習、 ☐ 演講、 ☐ 其它_____			
評量方法 (可複選)	☐ 筆試、 ☒ 實作(作業)、 ☒ 書面報告、 ☒ 口頭簡報、 ☐ 競賽、 ☐ 其它_____			
課程綱要			培育之核心能力(請填代碼)	
單元主題	內容			
1. 數位行銷導論與專案企劃	介紹數位行銷設計專題的規劃流程；比較不同行銷模式的差異與世界觀養成。		☒ 整合數位行銷與設計專業知識之能力。 ☐ 運用數位工具與數據分析進行行銷設計之能力。	
2. 消費者觀察與批判思考	學習深入觀察、瞭解並批判生活周遭的行銷現象；養成正確的批判態度以發掘創新契機。		☒ 結合創新思維與策略提出整合性行銷設計方案之能力。 ☐ 解決複雜行銷設計問題並兼顧永續與社會責任之能力。	
3. 使用者訪談與需求分析	學習撰寫問題、編輯訪談大綱，並透過訪談獲取深度的消費者洞察資料。		☒ 執行行銷設計專案管理並展現跨域協作與團隊合作之能力。	
4. 資料編碼與數位策略轉化	學習資料編碼流程與原則，將觀察與訪談得到的質性資料轉化為行銷設計策略。		☐ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能力。	

5. 行銷倫理與社會責任	探討數位行銷中的資訊倫理與隱私議題；確保設計方案兼顧社會影響力。	□實踐專業與資訊倫理並展現人文關懷與社會影響力之能力。
6. 專案執行與成果發表	進行數位行銷專案實作，展現設計企劃執行能力與跨域協作成果。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
文獻分析	選定數位行銷文獻進行評析，培養理論理解與批判能力。。	20%
設計實作	包含專題企劃書、消費者訪談紀錄及最終行銷設計成品。	30%
期末專題報告	分組完成期末專題報告	30%
課程參與	課堂分組討論參與與回饋表現	20%
檢核標準：		
幾乎能展現：A~A+、能展現 75%水準：B~B+、能展現 60%水準：C~C+、僅能展現 60%以下水準：F~D		

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】