

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）內容行銷與創意策略		開課單位	數位行銷設計碩士學位學程	
（英文）Content Marketing & Creative Strategy		課程代碼		
可授課教師：				
學分數/時數	3/3	☐ 必修 ☒ 選修	年級/學期	下學期
先修科目或先備能力：無				
課程目標：本課程旨在引領學生從「人本洞察」出發，掌握互動科技與沉浸式體驗（如AR/VR/MR、感測互動）的設計與應用。參考質性研究對行為觀察與世界觀養成的重視，本課程強調不僅是技術的堆疊，更在於培養學生深入觀察使用者在虛實整合環境中的心理與行為，學習如何運用創新技術解決複雜的行銷問題，並能產出具備感官體驗與社會影響力的整合性設計方案。				
教科書	自編教材			
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			
數位內容行銷導論	探討內容行銷與傳統廣告的差異；介紹數位媒體下創作者與設計師的世界觀。		☒ 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。 ☒ 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。 ☒ 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。 ☐ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能	
創意策略與敘事派典	學習敘事架構與品牌原型，探討如何將設計美學轉化為具備策略性的創意方案。			
批判性媒體思考與倫理	培養對資訊品質（如假新聞、演算法偏見）的批判力；強調內容產製的資訊倫理。			
數據驅動的內容優化	運用數位工具（如 SEO、社群監控）分析受眾反饋，進行數據驅動的創意優化。			

創意專案實作與管理	執行從需求診斷、原型到測試的專案管理，展現跨領域協作與團隊合作。	力。 ■現人文關懷與社會影響力之能力。
全球趨勢與永續敘事	掌握國際數位內容趨勢（如 AI 輔助創作），設計兼顧社會責任與永續發展的行銷內容。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
文獻分析	選定內容行銷與創意策略文獻進行評析，培養理論理解與批判能力。。	20%
設計實作	包含內容企劃書（10%）、多媒體創意素材產出（20%）、數據分析與優化建議(10%)。	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】