

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）社群經營研究		開課單位	數位行銷設計 碩士學位學程	
（英文）Social Media Management Research		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社群經營研究流程的能力。學生將學習有別於傳統數據統計的思考方式，建立數位社群的世界觀，並能深入觀察、瞭解並批判數位社群中的人際互動與行銷現象。透過訪談、觀察與實作，學生能產出完整傳達品牌訊息且具備設計美學的社群經營方案。				
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. 社群經營研究 導論	比較社群質性研究與量化分析的差異，介紹數位社群的世界觀養成。		☒ 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. 社群理論派典 與設計消費者觀察與批判思考	介紹社群理論派典，探討如何運用設計師觀點觀察社群互動模式。		☐ 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. 數位趨勢批判 性思考	培養對社群媒體趨勢的批判能力，並探討社群經營中的社會責任。		☒ 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. 社群使用者洞 察與訪談	學習撰寫問題、編輯訪談大綱，透過深度訪談挖掘社群用戶的潛在需求。		☒ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能力。	

5. 社群資料編碼與解析	學習社群文本與互動觀察資料的編碼原則，將質性資料轉化為行銷策略。	☐ 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. 獨立研究與社群實作	學習獨立研究流程，進行社群經營專題實作並發表具人文關懷之洞察報告。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
文獻分析	選定社群經營研究相關文獻進行評析，培養理論理解與批判能力。。	20%
設計實作	包含社群用戶訪談計畫、資料編碼紀錄及最終社群經營改善方案。	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】