

數位行銷進修學士學位學程

一、簡介：

基於數位化時代的來臨，網路傳遞訊息的快速與無遠弗屆的特性，數位行銷的重要性與行銷效益與日俱增。本學位學程設立的目的，旨在培養學生具備數位行銷的能力，以增加職場競爭力，及自行創業的能力。本學程的課程特色包含：

- (1) 資訊科技能力的養成。
- (2) 媒體行銷手法的培訓。
- (3) 數據分析能力的教育。

數位行銷為就業導向之學程，課程規劃以實用性為優先，輔以實務應用所需之領域知識 (Domain Knowledge)。課程設計以實際操作為主軸，加強各種行銷手法的運用、多媒體處理技術、行銷工具的設計，配合實務實習課程，使學生具有即學即作的的能力，在學習的過程就可以開始創業規劃。在專業知能方面，以概念性介紹為主，避免艱深的理論探討，著重於解決問題及專案企劃能力的培養。其中數位行銷概念性知識的講授，以及實務演練課程，可以提供學生通過各項行銷相關認證的需求，如：Google AdWords 國際認證；專案企劃能力則是提供學生通過國際性數位行銷認證 (WBSA) 的能力，專案企劃能力為該項認證的主要項目。

二、教育目標：

訓練妥善運用數位科技暨新興媒體技能之專業行銷人才，以增加學生在數位行銷領域的競爭力。本學程的學習的目標如下：

- (1) **宏觀與專業**：學生必須學習建構電子商務平台、媒體行銷、及數據分析等知識及實務經驗，以具備全球性的數位行銷能力。
- (2) **倫理與道德**：學生必須能具有商業道德觀念，本於誠信原則，從事各項商業交易。

三、核心能力：

- (1) 具有建構電子商務平台的能力。
- (2) 具有利用社群媒體進行網路行銷之能力。
- (3) 具有訊息整合及數據分析之能力。
- (4) 具有商業道德，做出正確的交易決策。
- (5) 具有判斷消費資訊來源合法性的能力
- (6) 具有使用個資應符合道德與法律規範的認知

四、課程規劃：

※至少須修滿 64 學分方得畢業(除必修 32 學分；本學位學程專業選修至少 22 學分)

※學生畢業學分中應承認學生選修外系課程 10 學分。

(一)必修科目(本規劃表僅供參考，請以通過本校校級課程委員會之版本為準)

課程名稱	學分數	全 / 半年	領域別
統計學	6	全	數據分析
電腦概論與程式設計	4	全	資訊
多媒體導論	3	半	資訊
數位媒體操作	3	半	媒體溝通
數位行銷	3	半	行銷
網站流量分析	3	半	資訊
行銷管理	3	半	行銷
專題製作	4	半	行銷
數位影像處理	3	半	媒體溝通

(二)選修科目(本規劃表僅供參考，請以通過本校校級課程委員會之版本為準)

課程名稱	學分數	全 / 半年	領域別
品牌管理	3	半	行銷
消費者行為	3	半	行銷
數位行銷專題討論	4	全	行銷
行銷策略規劃	3	半	行銷
服務行銷	3	半	行銷
通路管理	3	半	行銷
顧客關係管理	3	半	行銷
網路行銷與電子商務	3	半	行銷
行銷研究	3	半	行銷
行銷學	3	半	行銷
口碑行銷	2	半	行銷
行銷企劃實務	3	半	行銷
統計套裝軟體	3	半	數據分析
迴歸分析	3	半	數據分析
多變量分析	3	半	數據分析
市場調查	3	半	數據分析
巨量資料分析	3	半	數據分析
統計資料分析	3	半	數據分析
資料採礦	3	半	數據分析
通路策略	3	半	媒體溝通
互動廣告設計	3	半	媒體溝通
創意思考與設計方法	3	半	媒體溝通
整合行銷與溝通	3	半	媒體溝通
媒體購買策略	3	半	媒體溝通
媒體與公關	3	半	媒體溝通
社群媒體管理	3	半	媒體溝通
程式語言	3	半	資訊
資料庫系統	3	半	資訊
多媒體處理技術	3	半	資訊
數位行銷軟體實務	3	半	資訊
網站架設與網頁設計	4	半	資訊
企業管理	3	半	其他
景氣分析與預測	3	半	其他
投資組合分析	3	半	其他
數位創新產業	2	半	其他
財務管理	3	半	其他
風險管理	3	半	其他