國立台灣科技大學 114學年 第2學期　課程大綱

Spring 2026 NTUST Course Outline

授課教師：向君璧

Instructor:shiang chun pi

課程名稱：數位行銷實務

Course Title：Practices of Digital Marketing

2026/11/3

課程代號： MB2707701 Course Code 學分數： 3 Credits	必選修：選修/半學年 Required/Electve:Elective/Half Yr. 先修課程： Prerequisites
節次教室： Time/Location	R6(TR-609) R7(TR-609) R8(TR-609)
專業核心能力： Core Professional Competencies	■解決問題之能力(Problem Solving) ■管理專業知識(Comprehensive management knowledge) ■良好溝通表達之能力：■口說溝通能力(Oral communication skills);
課程網址： Course Website	
課程宗旨： Course Objectives	致力於學生對數位行銷策略企劃及執行的認知和實務技巧。透過現今數位行銷的主要議題和發展動態，結合產業前沿的經驗分享和實作，旨在培育學生成為未來數位產業的專業人才，並在畢業前已經具備了一套完整的數位行銷能力。 目的： 1.塑造學生對於數位行銷生態圈的認識，並透過多元課程模組，培育學生具備跨領域的品牌策略視野。 2.透過實際業界案例分析和企業參訪，使學生能夠近距離接觸並感受到數位行銷在實際業界的運作模式。 3.重視並加強學生在數位領域的能力，如品牌策略、創意內容、媒體企劃、社群操作等，為其未來職場生涯奠定堅實的基礎。 4.藉由分組實作討論和報告，強化學生在擬定企劃案和團隊溝通的綜合技能。 Purpose: This course equips students with in-depth knowledge and hands-on skills in digital marketing strategies. By exploring current digital marketing trends and integrating industry insights, our goal is to prepare students as future-ready digital talent upon graduation. Objectives: 1.Shape students' understanding of the digital marketing ecosystem, and through diverse course modules, nurture a cross-disciplinary perspective on brand strategy. 2.Through analysis of real-world industry case studies and company visits, allow students to closely engage with and appreciate the actual operational modes of digital marketing in the professional world. 3.Emphasize and enhance students' capabilities in the digital realm, such as brand strategy, creative content, media planning, and community management, laying a solid foundation for their future career path. 4.Through group-based hands-on discussions and presentations, strengthen students' comprehensive skills in devising marketing plans and team communication.
課程大綱： Outline of Lectures	

課程說明
本課程以「品牌 × 消費者洞察 × 創意 × 內容 × 媒體 × 科技 × AI」為核心架構，循序引導學生理解數位行銷的完整運作邏輯。透過案例解析、分組討論、Workshop、企業參訪與期末提案，培養學生撰寫具備商業價值之行銷企劃能力。

Course Description
This course is structured around the core framework of Brand × Consumer Insight × Creativity × Content × Media × Technology × AI, guiding students step by step to understand the complete digital marketing ecosystem. Through case studies, group discussions, workshops, company visits, and a final project, students will develop the ability to create commercially viable marketing proposals and build an integrated marketing mindset applicable to real-world practice and future career development.

課程模組與週次安排

一、數位行銷全貌（W1）
W1｜產業環境 × 平台生態 × 消費者變化

二、品牌觀念建立（W2－W4）
W2｜品牌管理：品牌＝形象 × 體驗 × 承諾
W3｜品牌體驗策略：OMO 如何打造一致性體驗？
W4｜文化 × 內容：品牌如何讀懂文化，與消費者說同一種語言？

三、創意 × 內容（W5－W7）
W5｜內容行銷：如何用故事打動人？如何用洞察做出好內容？
W6｜AI × Creative：AI 如何放大創意，讓內容更快、更強、更有效？
W7｜運動行銷：品牌 × 運動 × 社群連結

四、Workshop（整合前 7 週概念）（W8）
W8｜Workshop：如何寫出一份具商業價值的品牌行銷企劃案

五、媒體 × 數據（W9－W10）
W9｜媒體策略：漏斗 × 洞察 × 行銷思維
W10｜數據行銷：如何讀懂數據？如何優化媒體策略以驅動成效？

六、科技 × AI（W11－W12）
W11｜科技行銷：品牌如何藉由 MarTech 科技活化廣告策略
W12｜AI 行銷：AI 如何重新定義品牌新價值與體驗

七、品牌實務 × 參訪 × 趨勢（W13－W15）
W13｜品牌客戶分享
W14｜企業參訪
W15｜2026 SXSW 趨勢分享

八、成果發表（W16）
W16｜期末報告發表與評審講評

授課方式：
Method of Instruction

講授 Lecture：70%

分組討論 Group discussion：10%

案例研討 Case study：10%

操做練習 Practical exercises：10%

講授 Lecture：%

教科書：
Textbooks

參考書目：
References

修課須知：
Notice

評量方式：
Grading

備註說明：
Notes