

國立臺灣師範大學數位教學課程教學計畫

填表說明：依據專科以上學校遠距教學實施辦法第6條，學校開授遠距教學課程，應依學校規定由開課單位擬具教學計畫，依大學法施行細則規定之課程規劃及研議程序辦理，經教務相關之校級會議通過後實施，並應公告於網路。前項教學計畫，應載明教學目標、修讀對象、課程大綱、上課方式、師生互動討論、成績評量方式及上課注意事項。

一、課程中文名稱：資訊服務行銷研究

二、課程英文名稱：Studies in Marketing of Information Services

三、開課期間：113學年度第1學期

四、課程送審紀錄：(請以■標示)

☐ (一) 本學期為既有實體課程開設為數位課程、新開數位課程

☒ (二) 本學期為既有數位課程，最近一次通過校課程委員會為112學年度第2學期

☐ 1. 五年有效期屆滿，需重新申請。

☐ 2. 原通過課程有重大改變或異動比率超過百分之三十以上，需重新申請。

五、課程基本資料 (請以■標示)

(一)	授課教師姓名及職稱	于第教授
(二)	師資來源	☒ 專業系所聘任 ☐ 通識中心聘任 ☐ 以上合聘 ☐ 其他
(三)	開課單位名稱 (或所屬學院及科系所名稱)	圖書資訊學研究所
(四)	課程學制	☐ 學士班 ☐ 碩士班 ☐ 大碩合開 ☐ 碩博合開 ☐ 博士班 ☒ 碩士班在職專班
(五)	部別	☐ 日間部 ☒ 在職專班 ☐ 其他
(六)	科目類別	☐ 共同科目 ☐ 通識科目 ☐ 校定科目 ☒ 專業科目 ☐ 教育科目 ☐ 其他
(七)	校定(本課程由那個單位所定)	☐ 校定 ☐ 院定 ☒ 所定 ☐ 系定 ☐ 其他
(八)	開課期限(授課學期數)	☒ 一學期(半年) ☐ 二學期(全年) ☐ 其他
(九)	選課別	☐ 必修 ☒ 選修 ☐ 其他
(十)	學分數	3
(十一)	平均每週面授時數	<u>1.31</u> 小時/週

		(請將實體面授和同步時數相加後，除以總課程週數。)
(十二)	開課班級數	1
(十三)	預計總修課人數	50
(十四)	全英語教學	☐ 是 ☒ 否
(十五)	國內外學校合作類型 (無則免填)	1. 合作學校：校名_____，系所_____，教師姓名_____， 課程名稱_____，預估學生數_____ 2. ☐ 姊妹校 ☐ 雙聯學制 ☐ 全球虛擬教室課程 ☐ 其他：_____
(十六)	課程平臺網址	本校數位教學平臺： https://moodle.ntnu.edu.tw/
(十七)	教學計畫檔案連結網址	https://courseap2.itc.ntnu.edu.tw/acadmPOpenCourse/

六、課程教學設計及實施方式

(一)	教學目標	本課程乃有系統地引導學生有系統的了解行銷概念、方法和工具，以及探討如何將商業的行銷管理概念應用在圖書館與資訊服務機構的服務推廣。強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用，藉以提升同學對行銷相關議題的興趣，並培養同學分析與解決圖書館與資訊服務機構行銷問題的能力。						
(二)	適合修習對象	圖書館從業人員、中小學(含高級中學)教師，或具圖書資訊服務相關科系畢業或工作經驗。						
(三)	學前能力	具圖書資訊服務相關科系畢業或工作經驗。						
(四)	課程內容大綱：							
週次		單元名稱 (合授課程請註明當週授課教師姓名)	單元學習目標 (請以學生角度填寫)	教學互動設計 (可複選)	學習成效檢核 (可複選；若該週無此設計，則填「無」)	授課時數 (請填時數，無者空白)		
						面授	同步	非同步
1		課程介紹 單元 1：導論	單元1：認識行銷的定義;行銷管理的步驟。	☒ 議題討論 ☐ 分組討論 ☐ 同儕互評 ☐ 教師回饋 ☐ 其他：	☐ 單元測驗 ☒ 作業 ☐ ____考試 ☐ ____報告 ☐ 其他：____ ☐ 無	3		
2		單元 2：行銷概念應用在 LIS 單元 3：行銷圈	單元2：了解行銷概念應用到其資訊服務上的關注，進而對行銷議題產生更多興趣與重視。 單元3：建立市場行銷周期	☒ 議題討論 ☐ 分組討論 ☐ 同儕互評 ☐ 教師回饋 ☐ 其他：	☐ 單元測驗 ☒ 作業 ☐ ____考試 ☐ ____報告 ☐ 其他：____ ☐ 無		3	

			的概念。					
3	單元 4：行銷活動與戰術 單元 5：行銷決策	單元4：認識(1)行銷活動目的;(2)行銷組合;(3)資訊服務行銷的7Ps;(4)行銷戰術。 單元5：探討資訊服務機構通常會面臨的行銷決策。	■議題討論 □分組討論 □同儕互評 □教師回饋 □其他：	■單元測驗 □作業 □ ____ 考試 □ ____ 報告 □其他：____□無			3	
4	單元 6：行銷理論應用在 LIS	單元6：認識 LIS 的相關行銷理論。	■議題討論 □分組討論 □同儕互評 □教師回饋 □其他：	□單元測驗 ■作業 □ ____ 考試 □ ____ 報告 □其他：____□無		3		
5	單元 7：行銷策略	單元7：認識體驗行銷等52種行銷策略，了解行銷策略的步驟及適用於圖書館與資訊服務的行銷要素	■議題討論 □分組討論 □同儕互評 □教師回饋 □其他：	■單元測驗 □作業 □ ____ 考試 □ ____ 報告 □其他：____□無			3	
6	單元 8：市場區隔	單元8：認識市場區隔的概念。	■議題討論 □分組討論 □同儕互評 □教師回饋 □其他：	□單元測驗 ■作業 □ ____ 考試 □ ____ 報告 □其他：____□無			3	
7	單元 9：品牌與定位	單元9：認識品牌意義與重要性，以及如何創建品牌、品牌的元素。	■議題討論 □分組討論 □同儕互評 □教師回饋 □其他：	□單元測驗 ■作業 □ ____ 考試 □ ____ 報告 □其他：____□無			3	
8	專題演講 主題：以使用者體驗行銷為主	從專家實際經驗分享，深入了解使用者體驗行銷。	■議題討論 □分組討論 □同儕互評 □教師回饋 □其他：	□單元測驗 ■作業 □ ____ 考試 □ ____ 報告 □其他：____□無	3			
9	單元 10：市場目標 單元 11：識別與形象	單元10：瞭解「市場目標」之意義，以及習得決定「目標市場對象」的技巧。 單元11：認識企業識別與形象的定義與其重要性，了解企業識別系統及建立企業識別之策略。	■議題討論 □分組討論 □同儕互評 □教師回饋 □其他：	■單元測驗 □作業 □ ____ 考試 □ ____ 報告 □其他：____□無			3	
10	單元 12：行銷計畫	單元12：了解行銷計畫的程	■議題討論 □分組討論 □同儕互評 □教師回饋	□單元測驗 ■作業 □ ____ 考試 □ ____ 報告		3		

			序、內容及技巧。 了解期末報告內容安排與進行方式。	☐ 其他：	☐ 其他：____ ☐ 無			
		11	單元 13：實體行銷 單元13：探討傳統與現代圖書館的建築，標示及空間設計對圖書館行銷的影響。	☒ 議題討論 ☐ 分組討論 ☐ 同儕互評 ☐ 教師回饋 ☐ 其他：	☐ 單元測驗 ☒ 作業 ☐ ____考試 ☐ ____報告 ☐ 其他：____ ☐ 無			3
		12	單元 14：網路行銷 單元14：認識網站資訊架構的重要，以及對於圖書館網站設計的原則。	☒ 議題討論 ☐ 分組討論 ☐ 同儕互評 ☐ 教師回饋 ☐ 其他：	☐ 單元測驗 ☒ 作業 ☐ ____考試 ☐ ____報告 ☐ 其他：____ ☐ 無			3
		13	單元 15：數位時代行銷 單元15：認識傳統行銷與數位時代行銷的差異，以及了解社群媒體的平台、工具與行銷應用。	☒ 議題討論 ☐ 分組討論 ☐ 同儕互評 ☐ 教師回饋 ☐ 其他：	☐ 單元測驗 ☒ 作業 ☐ ____考試 ☐ ____報告 ☐ 其他：____ ☐ 無			3
		14	單元 16：內容行銷 單元 17：內部行銷 單元16：認識與比較內容行銷跟傳統行銷的差異。 單元17：認識圖書館內同仁的內部顧客行銷工作，以及實做規劃如何對於母機構內部的相關的人進行行銷工作。	☒ 議題討論 ☐ 分組討論 ☐ 同儕互評 ☐ 教師回饋 ☐ 其他：	☐ 單元測驗 ☒ 作業 ☐ ____考試 ☐ ____報告 ☐ 其他：____ ☐ 無			3
		15	期末報告 應用所學，為機構所推出的新產品、新服務或推廣活動，撰寫一份行銷計畫書進行報告。	☐ 議題討論 ☒ 分組討論 ☒ 同儕互評 ☒ 教師回饋 ☐ 其他：	☐ 單元測驗 ☐ 作業 ☐ ____考試 ☒ 期末報告 ☐ 其他：____ ☐ 無	3		
		16	期末報告 應用所學，為機構所推出的新產品、新服務或推廣活動，撰寫一份行銷計畫書進行報告。	☐ 議題討論 ☒ 分組討論 ☒ 同儕互評 ☒ 教師回饋 ☐ 其他：	☐ 單元測驗 ☐ 作業 ☐ ____考試 ☒ 期末報告 ☐ 其他：____ ☐ 無	3		
(五)	教學方式	所提供之教學方式為（請以■標示，可複選）						

		☒ 1. 提供線上課程主要及補充教材 ☒ 2. 提供面授教學，次數： <u>4</u> 次，總時數： <u>12</u> 小時 ☒ 3. 提供同步教學，次數： <u>3</u> 次，總時數： <u>9</u> 小時 ☒ 4. 提供非同步教學，次數： <u>9</u> 次，總時數： <u>27</u> 小時 ☒ 5. 提供議題討論活動 ☒ 6. 提供學生之間合作學習活動 ☒ 7. 提供優秀作品觀摩 ☐ 8. 其它：(請說明)
(六)	學習管理系統 (Moodle)	本課程運用 Moodle 哪些功能？ （請以 ☒ 標示，可複選；與國內外學校合作之課程，對方師生若須使用本校 Moodle，請授課教師逕洽平台管理者，分機5673或5579，E-mail：elearn@ntnu.edu.tw） ☒ 1. 個人資料 ☒ 2. 課程資訊 ☒ 3. 最新消息發佈、瀏覽 ☒ 4. 教材觀看、下載 ☒ 5. 成績系統管理及查詢（無則免填） ☒ 6. 進行線上測驗（無則免填） ☒ 7. 學習資訊 ☒ 8. 互動式學習設計（聊天室或討論區） ☐ 9. 其他相關功能：(請說明)
(七)	教師提供教學互動之公開資訊	教師簡介及其著作發表（可附網頁連結說明）： 于第教授 https://www.glis.ntnu.edu.tw/index.php/faculty/#three 相關著作： https://drive.google.com/file/d/1cuH54sVj3-epjSOjJjasZLuWoUknMn-u/view?usp=sharing 教師 E-mail：tiyuwei@gmail.com 線上辦公室時間（至少每週1小時）：暫定每周二晚上21:00-22:00 助教名稱/E-mail（無則免填）： 其他（無則免填）：
(八)	課程內容製作	數位課程內容需包含下列元素，依教材內容選取 （請以 ☒ 標示，可複選）

		☒ 1. 提供適當的重點提示 ☒ 2. 提供教學相關的事例 ☒ 3. 具教學相關之練習、反思活動 ☒ 4. 具補充教材或網路資源 ☒ 5. 提供自主學習之引導語說明 ☒ 6. 單元學習目標與教學目標相符 ☐ 7. 其他：(請說明)
(九)	作業繳交方式	依提供方式選取 （請以 ☒ 標示，可複選） ☒ 1. 提供線上說明作業內容 ☒ 2. 作業檔案上傳及下載 ☐ 3. 其他：(請說明)
(十)	成績評量方式	※為符合數位課程設計之精神，請知悉並同意以下3條內容，並於第3條後詳列說明： ☒ 1. 課程能針對各項學習評量提供評量結果與回饋 ☒ 2. 評量有考量學習者的線上學習歷程和參與度 ☒ 3. 請詳列說明各項評分百分比：(評量方式、項目其所佔總分比率) (1) 作業(含單元測驗) (Assignments) 30% (2) 期末報告 (Term Presentation) 40% (3) 課堂討論與貢獻 (Discussion & Contribution) 20% (4) 課堂出席 (Participation) 10%
(十一)	上課注意事項	1. 「課堂出席」成績依照出席次數評分，一次未出席扣2分。 2. 作業請務必準時繳交，遲交者該次作業成績(x80%)計分。 3. 每單元講授完畢後的延伸閱讀部分，會以簡單的線上測驗或以線上作業，幫助同學了解相關文獻內容。 4. 請同學對於每個教學單元結束後的問題討論，請踴躍發言，發言次數將列入「課堂討論與貢獻」成績評量參考。 5. 線上諮詢時間，請同學若有疑問可上線提問。
(十二)	<u>課程教學內容之創作請遵守智慧財產權之規範。</u> ※相關教學內容之創作，請注意有無侵害他人著作權或其他權利之情事。 ※內容中若有屬於他人所有著作財產權部分，已取得權利人之授權，亦請標示作品來源。	