

數位行銷工作坊

課程名稱：網路行銷

開課班級：資碩二

授課教師：黃心怡

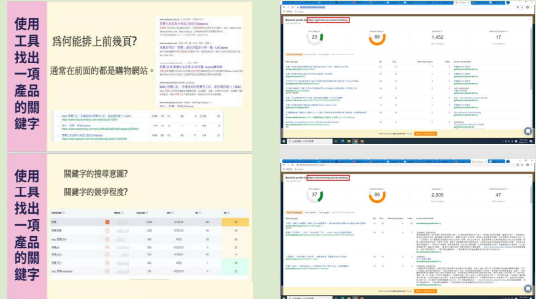
一. 教學目標

本課程為補充學術課程的實務知識，規畫了數位行銷工作坊。希望透過與校外社群行銷與顧客體驗流程設計專家協同授課並舉辦二場實作工作坊，讓同學能在業界專家的帶領下，學習到該如何操作、分析未來在實務上可能遇到之關於社群行銷與顧客體驗流程改善的案例。本課程希望修課同學們於課程結束後，都能具備「社群行銷」與「洞察顧客服務缺口」、「提供企業服務改善建議」的能力。

二. 對應精進策略與創新做法

- 1. 合作專題學習及知識分享：**修課同學以4人為一小組，透過合作專題學習及知識分享活動，於兩種不同領域的工作坊中，針對業師所指定之企業與主題，透過資料蒐集、小組腦力激盪並與其它小組互動、訪問，來完成工作坊的任務。最後上台以簡報方式分享研究成果。
- 2. 實作工作坊：**修課同學以4人為一組，於社群行銷工作坊中實際操作SEO及關鍵字分析，並以行銷心理分析的架構來解析社群行銷上常見的七種行銷手法。在顧客體驗設計工作坊中，每組皆針對業師指定之企業進行體驗分享，透過顧客旅程與狩野分析的方式來找出企業目前最迫切改善的服務。

三. 具體特色成果

主題	優良成果範例	教學活動照片
社群行銷工作坊	 關鍵字分析	 業師指導同學  同學分享成果
顧客體驗流程設計工作坊	 顧客旅程	 組間訪問調查  小組熱列討論

四. 學生質量化學習成效

質化學習成效	量化學習成效
用分組實作的方式，比平時課堂更容易專注、更有趣 可以從實作的過程中更了解未來在業界有可能做事的方式 老師請同學回顧自己的經驗，並按照各個層面進行一步一步深入的分析。這是非常新奇的經驗，除了與自己親身體驗外，還能透過層層的深入探討，而發現不同層面的事實。 學習到關鍵字搜尋的重要並如何操作，也學到如何提升體驗行銷並檢視企業需要加強哪部分的服務 獲得最多的是根據自己經歷的案例，從中發現各個面向的相關問題，進而製作問卷，而能去其他組那裡進行問卷調查，提早體驗到問卷設計與結果分析的部分。 例如本組的主題是7-11咖啡換取，進而延伸出四個問題： 1. 是否7-11需提供咖啡販售的服務 2. 是否需提供計杯的服務 3. 是否需提供線上支付的服務 4. 是否需以紙本方式作為咖啡兌換的服務 等等 老師會讓所有學生——回答開放式的問題，並給予建議和肯定，其他老師基本上是抽問有標準答案的問題。	Q7.本學期課程設計的學習任務，讓我更理解學習內容。(填答者100%同意) Q8.本學習課程設計的學習任務雖然不簡單，但這個學習方式卻不難理解。(填答者100%同意) Q9.使用本課程的方式學習，我覺得比以前的學習方法更具有挑戰性和趣味性。(填答者92%同意) Q10.使用本學期課程的方式學習，我可以獲得一些新發現或新知識。(填答者100%同意) Q11.使用本課程的方式學習，能讓我用新的方法、角度或是思考模式來學習。(填答者100%同意) Q12.使用本學期課程的方式學習，有助於我學習辨別不同事物的特性。(填答者100%同意)