

重新查詢

友善列印

0981學期 課程基本資料

系所 / 年級	資傳系 3年級	課號 / 班別	63U00078 / A
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	數位媒體管理	科目英文名稱	Digital Media Management
主要授課老師	簡玉閔	開課期間	一學年之上學期
人數上限	60 人	已選人數	35人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / I318 / 星期1第02節
第1週 / 第18週 / I318 / 星期1第03節
第1週 / 第18週 / I318 / 星期1第04節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要

一、教學目標(Objective) 讓學生了解目前數位媒體中市場較為廣用的媒體形態，分析市佔率與成效。於一專案中，媒體管理人如何於成本、利潤與產類別選擇適合的行銷媒體，進而達到行銷目標。

二、先修科目(Pre Course)

三、教材內容(Outline)

四、教學方式(Teaching Method)

1. 教師口述並配合數位教學影片、PPT、課堂講義。2. 學生作品討論與心得分享。3. 媒體分析與管理專題觀察與研究討論。

五、參考書目(Reference)

1-媒體管理與市場調查Q&A,趙寧主編
2-IMC整合行銷傳播,Don E. Schultz, Heidi Schultz合著,美商麥格羅·希爾國際台灣分公司出版
3-商業周刊1127期
4-數位時代183期

2009/9/21 課程大綱+數位媒體管理導論
2009/9/28 傳統媒體與數位媒體分析
2009/10/5 台灣網路現況分析
2009/10/12 網路媒體的特質、網路消費與使用習慣
2009/10/19 個案分析(作業)
2009/10/26 媒體整合趨勢
2009/11/2 媒體經營概說
2009/11/9 媒體管理功能概說

六、教學進度(Syllabi)

2009/11/16 期中_報告發表
2009/11/23 新興媒體崛起—微型部落格的興起
2009/11/30 評估顧客投資報酬率
2009/12/7 評估顧客與潛在顧客的價值
2009/12/14 業界案例分析
2009/12/21 網路議題調查報告-1
2009/12/28 網路議題調查報告-2
2010/1/4 未來數位媒體趨勢
2010/1/11 期末報告_專題討論
2010/1/18 期末報告發表

七、評量方式(Evaluation)

1.課堂參與、作業繳交20%：本課程將於每次上課後十分鐘點名，未到者視該堂曠課，出席率佔30%。 2.期中報告25% 3.期末報告25%：各組撰寫規定類型企劃案乙份，作20~30分鐘分析PPT報告，並繳交A4之書面報告

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢