

本單位開設之跨域專長，詳細資料如下表：

主開課系（院）：	大眾傳播學系
跨域專長中文名稱：	「自媒體時代」媒體人的經營、規劃與實務
跨域專長英文名稱：	Management, Planning, and Practice of Media Professionals in the Era of We-media
課程簡稱	自媒經營
關鍵字：	自媒體、網路社群、公關行銷、影像製作
跨域專長設立宗旨：	<p>開課宗旨與目標 (Learning Objectives)</p> <p>本課程旨在培養學生具備成為一位具有影響力的自媒體人（網紅或專業直播主）所需的核心能力，具體目標包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 建立個人品牌與定位： <ul style="list-style-type: none"> • 協助學生確立個人特色、鎖定目標受眾，並設計獨特的「人設」（Persona）與內容風格。 • 學習品牌溝通與形象管理技巧，從內而外打造具有市場競爭力的個人品牌。 2. 掌握內容創作與企劃： <ul style="list-style-type: none"> • 培養撰寫吸睛文案、設計有梗腳本的能力，能夠產出高品質的圖文、短影音或直播內容。 • 理解不同社群媒體平台的演算法與內容偏好，制定跨平台內容行銷策略。 3. 精進直播與表達技巧： <ul style="list-style-type: none"> • 熟悉直播設備、場景佈置與軟體操作，確保直播流暢度與專業度。 • 訓練口語表達、聲音情緒控制、肢體語言及臨場反應，提升鏡頭魅力與互動能力。 4. 實現流量變現與社群經營： <ul style="list-style-type: none"> • 學習粉絲經營、社群互動維護技巧，提高用戶黏著度與忠誠度。 • 理解業配、導購、知識付費等多元變現模式，將流量有效轉換為商業價值。

本課程以協助學生瞭解自媒體的操作方式及能成唯一位自媒體的經營者為主軸。因此在課程中會教授相關的觀念與實作技術，這樣『寓教於實做』的教學設計，對於處於自媒體時代的學生應該會有一定的吸引力。

在課程規劃的技術上，初步會將這些內容分別列出 6 門課程，每門課約有 16 周的課程內容。在課程的設計上，會依循大傳系既有的教育目標與特色，並結合系上老師的學術專長，來規劃與實際執行這 6 門課。秉持大傳系一貫的：『學中做、做中學』雙軌並行的教學方式，一步一步教導學生成為一位成功的自媒體經營者。以下便是依照上述設立課程宗旨所提出 6 門課程的初步構想：

整體課程名稱：新媒體創建之概念與實務

課程名稱與編號

課程簡述

一、網路媒體發展與趨勢

1. 理解網路媒體的歷史演變、核心概念和當前趨勢。
2. 掌握網路內容製作、傳播和數據分析的實用技能。
3. 具備對網路媒體帶來的社會、倫理與法律議題進行批判思考的能力。
4. 能夠分析和規劃網路媒體專案或行銷策略。

二、網路短劇創意發想與賞析

1. 具備影像賞析能力：能深入分析當前網路短劇以及經典電影與短片的敘事結構、鏡頭語言和藝術風格。
2. 提升創意發想能力：學習從日常生活、社會現象及跨文化文本中發掘具有傳播潛力的短劇題材。
3. 掌握劇本創作技巧：了解極簡敘事結構、有效對白與角色塑造的原理，並能實際撰寫完整的短劇劇本。
4. 獲得創作深度啟發：透過對經典作品的探討，理解敘事的深度與藝術性，並將其應用於網路短劇創作中。

三、網路銷售與數位行銷入門

1. 了解網路銷售的基本理論、運作模式與發展趨勢。
2. 學習分析數位消費者行為及網路購買決策過程。
3. 掌握主要的數位行銷與社群平台操作策略。
4. 能整合內容行銷、廣告投放與數據分析進行銷售企劃。
5. 以專案實作方式培養跨域溝通與創意思考能力。

四、全媒體敘事與產製實務

1. 理解全媒體生態與發展脈絡：使學生掌握全媒體（Omnimedia）的核心概念、技術背景與跨平台整合模式。
2. 培養跨媒體內容分析能力：透過國內外案例解析，理解內容策劃、品牌敘事與受眾互動之間的關聯。
3. 建立數位傳播與新媒體整合能力：以理性與創新觀點評估媒體融合現象，分析 AI 生成內容（AIGC）、沉浸式體驗與全媒體行銷的發展方向。

五、短影音企劃與實作

1. 培養短影音企劃能力：使學生理解短影音創作的企劃架構、目標受眾與主題定位，能以創意思維發展具吸引力的影音內容。
2. 掌握 AI 輔助創作技術：學習運用生成式 AI（如 ChatGPT、Gemini）於腳本撰寫、素材生成與視覺

		<p>構圖中，提升創作效率。</p> <p>3. 熟練剪輯與後製技巧：熟悉 Capcut、Premiere 等剪輯工具，完成節奏控制、轉場設計、音效整合與字幕排版。</p> <p>4. 強化社群行銷思維：理解短影音平台（如 Instagram Reels、YouTube Shorts、TikTok）的演算法與互動機制，建立內容行銷策略。</p>
六、社群經營的故事力與數據力		<p>1. 了解社群媒體溝通的核心概念與各個平台特性。</p> <p>2. 掌握各種貼文在社群經營中的運用，建立內容行銷與經營的基礎能力。</p> <p>3. 具備數據分析的實務能力，熟悉 Google Analytics 的操作。整合創意與數據思維，發展從數據分析導入社群行銷的能力</p>
<p>最後，大傳系開設的這些課程，會配合大傳系現階段的器材設備與網路平台的規劃，讓學生的創製內容可以露出。</p>		

本跨域專長與本校重點發展項目與高教深耕計畫關鍵能力指標的關係	<p>課程內容設計與校級重點發展計畫與深耕計畫指標對應關係：</p> <p>A3 厚植跨域知能，鼓勵學生多元學習 對應課程：1-6</p> <p>A4 營造自主學習環境，構築學生自主學習能力 對應課程：2、3、4、5</p> <p>A5 檢核學生學習成果，提升關鍵能力學習成效 對應課程：6</p> <p>B2 培養學生應對衝擊能力，建構韌性校園 對應課程：1</p> <p>C1 推動產學合作、實習媒合，接軌產業需求，提生育才成效 對應課程：2、4、6</p> <p>C2 深化學生實習實務，強化問題解決能力 對應課程：2、3、4、5、6</p>	
--------------------------------	---	--

編號	中/英文課名	課程資料	開課教師	備註
1	網路媒體發展與趨勢	<input type="checkbox"/> 人文 <input checked="" type="checkbox"/> 社會 <input type="checkbox"/> 自然	姓名：陳毓麒老師	
	Online Media Development and Trends	<input checked="" type="checkbox"/> 普通教室 <input type="checkbox"/> 專業教室 <input type="checkbox"/> 其他_____	單位：大眾傳播學系	
2	網路短劇創意發想與賞析	<input type="checkbox"/> 人文 <input checked="" type="checkbox"/> 社會 <input type="checkbox"/> 自然	姓名：黃慕清老師	
	Creative Ideation and Appreciation of Online Short Dramas	<input checked="" type="checkbox"/> 普通教室 <input type="checkbox"/> 專業教室 <input type="checkbox"/> 其他_____	單位：大眾傳播學系	
3	網路銷售與數位行銷入門	<input type="checkbox"/> 人文 <input checked="" type="checkbox"/> 社會 <input type="checkbox"/> 自然	姓名：李貞怡老師	
	Introduction to Online Sales and Digital Marketing	<input checked="" type="checkbox"/> 普通教室 <input type="checkbox"/> 專業教室 <input type="checkbox"/> 其他_____	單位：大眾傳播學系	

4	全媒體敘事與產製實務	<input type="checkbox"/> 人文 <input checked="" type="checkbox"/> 社會 <input type="checkbox"/> 自然	姓名：黃詩音老師
	Omnimedia Storyteller and Productions	<input checked="" type="checkbox"/> 普通教室 <input type="checkbox"/> 專業教室 <input type="checkbox"/> 其他_____	單位：大眾傳播學系
5	短影音企劃與實作	<input type="checkbox"/> 人文 <input checked="" type="checkbox"/> 社會 <input type="checkbox"/> 自然	姓名：黃詩音老師
	Short Video Production	<input checked="" type="checkbox"/> 普通教室 <input type="checkbox"/> 專業教室 <input type="checkbox"/> 其他_____	單位：大眾傳播學系
6	社群經營的故事力與數據力	<input type="checkbox"/> 人文 <input checked="" type="checkbox"/> 社會 <input type="checkbox"/> 自然	姓名：李珉愷
	Storytelling and Data Analytics in Social Media Management	<input type="checkbox"/> 普通教室 <input checked="" type="checkbox"/> 專業教室 <input type="checkbox"/> 其他_____	單位：大眾傳播學系
是否跨單位組成	<input type="checkbox"/> 否		
	<input type="checkbox"/> 是	請說明共同開課單位有_____。 是否接受主開學系學生修習： <input checked="" type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 是。請說明所開課程與原學系課程的差異：	
*本跨域專長業經 113 年 月 日			會議通過。
申請單位主管：			

中國文化大學共同科目與通識教育中心
跨域專長課程教學大綱
(一課程一份大綱)

附件二

課程名稱：網路媒體發展與趨勢

(Online Media Development and Trends)

一、開課教師姓名：陳毓麒 所屬單位與職稱：大眾傳播學系 / 助理教授 ■專任 / □兼任

*教師專長背景及近年教育訓練參與狀況請詳參第十五項。

二、課程分類：

人文學科 社會科學 自然科學與數學 (只可擇一分類)

三、本課程歸屬的校教學目標：

認識與理解多元文化 關懷與省思當代社會議題

具備科學素養與資訊應用的能力 增進語言溝通與表達的能力 (至多可選兩項)

*人文學科須選〔認識與理解多元文化〕；社會科學須選〔關懷與省思當代社會議題〕；

自然科學與數學須選〔科學素養〕。

四、本課程歸屬的校課程能力：

藝術品味與人文涵養(60%) 國際視野與多元文化(%)

社會關懷與公民責任(40%) 邏輯思維與運算能力(%)

五、課程教學目標：

這門課旨在為學生提供對網路媒體生態、技術、內容和商業模式的全面理解。整體課程目標如下：

- (一)、理解網路媒體的歷史演變、核心概念和當前趨勢。
- (二)、掌握網路內容製作、傳播和數據分析的實用技能。
- (三)、具備對網路媒體帶來的社會、倫理與法律議題進行批判思考的能力。
- (四)、能夠分析和規劃網路媒體專案或行銷策略。

六、課程概述(中、英文)：

在二十一世紀，網路媒體已從單純的資訊傳播工具，轉變為社會、經濟、政治運作的核心基礎。對於即將踏入社會的大學生而言，掌握網路媒體的發展脈絡與未來趨勢，不再是單純的選修課程，而是決定個人競爭力與社會參與度的關鍵技能。以下將闡述本課程主要的授課的三個面向：

一、提升跨領域的職業競爭力

二、 培養健全的媒體素養與批判性思維

三、 掌握創新創業的時代機遇

大學生學習網路媒體發展與趨勢，是為迎接數位時代挑戰所做的關鍵準備。這項學習不僅為他們提供了立足於未來職場的實用工具和數據思維，更賦予了他們批判性地審視世界、積極參與社會，甚至引領創新的能力。面對瞬息萬變的網路世界，具備前瞻性的媒體視野，才是確保個人和社會持續發展的基石。

In the 21st century, online media has transformed from a simple information dissemination tool to the core foundation of social, economic, and political operations. For college students who are about to enter the society, mastering the development context and future trends of online media is no longer a simple elective course, but a key skill that determines personal competitiveness and social participation. The following will describe the three main teaching aspects of this course:

1. Enhance cross-field professional competitiveness
2. Cultivate sound media literacy and critical thinking
3. Grasp the opportunities of the era of innovation and entrepreneurship

College students' study of the development and trends of online media is a key preparation for meeting the challenges of the digital age. This learning not only provides them with practical tools and data thinking based on the future workplace, but also gives them the ability to critically examine the world, actively participate in society, and even lead innovation. In the face of the ever-changing online world, having a forward-looking media vision is the cornerstone for ensuring the sustainable development of individuals and society.

七、授課內容：

1. 瞭解什麼是網路媒體？傳統媒體與網路媒體的差異、網路媒體的演進史
2. 學習數位敘事技巧、SEO 內容優化基礎、視覺化設計在網路媒體中的應用。
3. 分析各大社群平台（Facebook, Instagram, YouTube, TikTok 等）特性與受眾。
4. 學習網路媒體的盈利模式（廣告、訂閱、電商、原生內容）。

八、授課方式：

本課程結合：教師上課講解、實際案理分析與討論、學生小組作業與報告、業界講演等形式進行。整體而言，本課程包含三個層面：

- （一）、實務導向：包含大量的業界案例分析與工具操作練習。
- （二）、專題合作：學生以小組形式完成期末專案，模擬真實的團隊協作環境。
- （三）、業界演講：邀請網路媒體、行銷或科技領域的專家進行分享，引入最新實戰經驗。

九、學生在本課程所培養的具體能力：

1. 影像分析與洞察能力：能夠辨識並闡述不同影像作品的優劣與敘事策略。
2. 創造性思維與表達能力：能夠將抽象概念轉化為具體的影像敘事，並清晰表達其創作理念。
3. 劇本寫作與結構規劃能力：掌握短篇故事的敘事節奏和結構，能完成具有完整度的短劇劇本。
4. 跨領域知識整合能力：學習從人文、社會議題中汲取素材，賦予短劇更深層次的意義。

十、評量方法：

出缺席 15%。

課堂參與 15%。

講演心得報告 30%：提交業界講演心得報告。

小組期末報 40%：提交完整專案定稿，並上台發表分享與討論

十一、上課用書：

無指定上課用書。

十二、參考書目：

無特定參考書目

十三、課程需求：

課堂報告：期中、期末口頭報告，並附上書面資料。

十四、教學進度：

(一)、網路媒體基礎與歷史 (1-2 週)

* 主題：什麼是網路媒體？傳統媒體與網路媒體的差異、網路媒體的演進史 (Web 1.0 到 Web 3.0)。

* 重點：互動性、去中心化、多媒體融合等網路媒體的核心特徵。

* 案例：早期入口網站、部落格/BBS、維基百科等經典案例。

(二)、網路內容製作與敘事 (3-4 週)

* 主題：網路寫作原則（為掃描式閱讀設計）、多媒體內容（圖文、影音、Podcast）製作概論。

* 重點：數位敘事技巧、SEO 內容優化基礎、視覺化設計在網路媒體中的應用。

* 實作：撰寫一篇針對網路讀者的優化新聞稿或專題文章。

(三)、社群媒體與傳播策略 (5-6 週)

* 主題：各大社群平台（Facebook, Instagram, YouTube, TikTok 等）特性與受眾分析。

* 重點：社群內容規劃、病毒式傳播機制、KOL/KOC 策略、社群危機管理。

* 案例：成功的社群媒體行銷活動或內容操作案例分析。

(四)、數據分析與受眾理解 (7-8 週)

* 主題：網路流量指標（PV, UV, 跳出率, 轉換率）介紹、數據分析工具（如 Google Analytics）使用基礎。

* 重點：透過數據洞察受眾行為、內容表現評估、A/B 測試概念。

* 實作：簡單的數據報告解讀與行動建議。

(五)、商業模式與數位行銷 (9-10 週)

- * 主題：網路媒體的盈利模式（廣告、訂閱、電商、原生內容）。
- * 重點：數位廣告生態（程序化廣告、關鍵字廣告）內容行銷、電子郵件行銷。

* 案例：網路媒體公司的商業轉型與成功案例。

(六)、新興技術與未來趨勢 (11-12 週)

- * 主題：人工智慧 (AI) 在內容生成與應用、元宇宙/VR/AR 的潛力。
- * 重點：短影音趨勢、去中心化媒體（區塊鏈/NFT）的影響。
- * 討論：網路媒體在未來 5-10 年的可能發展方向。

(七)、法律、倫理與社會影響 (13-14 週)

- * 主題：網路著作權與智慧財產權、隱私權與數據保護法規（如 GDPR）。
- * 重點：假新聞與事實查核、數位倫理、網路對民主與社會的影響。
- * 案例：重大網路倫理爭議事件討論。

(八)、期末專題報告 (15-16 週)

- * 內容：以小組或個人形式，選擇一個網路媒體或數位行銷專案，進行規劃、執行或深度分析。
- * 要求：須包含市場分析、目標受眾、內容策略、傳播計畫、預期成效和倫理考量。

十五、教師專長背景及近年教育訓練參與狀況：

授課教師專長背景		
世新大學傳播研所博士。 文化大學新聞研究所碩士。 世新大學廣播與電視科專士。 台視文化公司外景導演。 正一傳播播執行製作、導演。		
教育訓練參與狀況（近 5 年教學相關）格數不足可自行增加		
編號	日期	名稱
1		
2		
3		
4		
5		

中國文化大學共同科目與通識教育中心
跨域專長課程教學大綱
(一課程一份大綱)

課程名稱：網路短劇創意發想與賞析

(Creative Ideation and Appreciation of Online Short Dramas)

一、開課教師姓名：黃慕清 所屬單位與職稱：大眾傳播學系 / 助理教授 ■專任 / □兼任

*教師專長背景及近年教育訓練參與狀況請詳參第十五項。

二、課程分類：

■人文學科 □社會科學 □自然科學與數學 (只可擇一分類)

三、本課程歸屬的校教學目標：

■認識與理解多元文化 ■關懷與省思當代社會議題

□具備科學素養與資訊應用的能力 □增進語言溝通與表達的能力 (至多可選兩項)

*人文學科須選〔認識與理解多元文化〕；社會科學須選〔關懷與省思當代社會議題〕；

自然科學與數學須選〔科學素養〕。

四、本課程歸屬的校課程能力：

■藝術品味與人文涵養(60%) □國際視野與多元文化(%)

■社會關懷與公民責任(40%) □邏輯思維與運算能力(%)

五、課程教學目標：

1. 具備影像賞析能力：能深入分析當前網路短劇以及經典電影與短片的敘事結構、鏡頭語言和藝術風格。
2. 提升創意發想能力：學習從日常生活、社會現象及跨文化文本中發掘具有傳播潛力的短劇題材。
3. 掌握劇本創作技巧：了解極簡敘事結構、有效對白與角色塑造的原理，並能實際撰寫完整的短劇劇本。
4. 獲得創作深度啟發：透過對經典作品的探討，理解敘事的深度與藝術性，並將其應用於網路短劇創作中。

六、課程概述(中、英文)：

本課程探討網路短劇的現狀趨勢與特質，重點在於激發學員創意潛能並提升劇本創作能力。課程內容涵蓋創意發想、敘事結構解析、角色與對白設計、視覺語言運用等層面，特別著重透過經典

電影與短片分析，為學員的網路短劇創作注入藝術深度與靈感啟發。課程將以期中與期末的短劇劇本創作、成果發表及課堂討論作為階段性總結。

This course explores the current trends and characteristics of online short dramas, focusing on stimulating students' creativity and enhancing scriptwriting skills. The curriculum covers creative ideation, narrative structure analysis, character/dialogue design, and visual language application. It particularly emphasizes analyzing classic films and short films to provide artistic depth and inspiration for students' online short drama creation. The course culminates in mid-term and final short drama script projects, presentations, and discussions.

七、授課內容：

1. 短劇創意發想方法、從觀察到概念轉化的技巧。
2. 三幕劇與適用於短劇的極簡敘事結構。
3. 在短時間內有效建立角色的方法與對白設計。
4. 鏡頭語言、聲音設計、節奏控制在網路傳播中的應用。
5. 經典電影與短片的敘事原理、主題探討與藝術表現手法。

八、授課方式：

1. 專題講授：講述網路短劇理論、經典案例分析與劇本寫作技巧。
2. 案例賞析與討論：觀看國內外網路短劇與經典影視片段，引導學生進行結構和藝術性分析。
3. 實作演練：課堂上進行創意發想、大綱設計、對白撰寫等小組或個人練習。
4. 成果發表與互評：期中、期末劇本創作發表，提供學生互相學習與討論的機會。

九、學生在本課程所培養的具體能力：

1. 影像分析與洞察能力：能夠辨識並闡述不同影像作品的優劣與敘事策略。
2. 創造性思維與表達能力：能夠將抽象概念轉化為具體的影像敘事，並清晰表達其創作理念。
3. 劇本寫作與結構規劃能力：掌握短篇故事的敘事節奏和結構，能完成具有完整度的短劇劇本。
4. 跨領域知識整合能力：學習從人文、社會議題中汲取素材，賦予短劇更深層次的意義。

十、評量方法：

課堂參與與討論	15%	：出席、課堂互動、案例賞析的見解發表。
平時作業與實作練習	15%	：創意概念發想、結構分析報告、對白寫作等。
期中劇本初稿發表	30%	：提交劇本大綱與初稿，並上台發表分享與討論。
期末劇本定稿發表	40%	：提交完整短劇劇本定稿，並上台發表分享與討論。

十一、上課用書：

無指定上課用書。

十二、參考書目：

《故事的解剖》，作者：羅伯特·麥基，出版社：漫遊者文化。

十三、課程需求：

課堂報告：期中、期末口頭報告，並附上書面資料。

十四、教學進度：

週次	上課內容	補充說明（例如：閱讀內容與範圍、實作練習、特殊課堂活動...）
1	課程導論：網路短劇的興起與定義	課程規劃說明、網路短劇特性。
2	創意發想：從生活中擷取靈感	學習觀察力與轉化力，從日常細節與社會熱點發掘題材。
3	劇本格式與大綱	介紹劇本寫作格式、大綱與標語撰寫技巧。
4	經典啟發：電影與短片的敘事深度 (I)	經典探討：分析經典電影中的「主題」、「核心衝突」與「角色塑造」的精煉手法。
5	經典啟發：電影與短片的敘事深度 (II)	經典探討：分析經典短片，專注於「精煉的起承轉合」與「結尾的餘韻」。
6	網路短劇的類型與風格分析	分析流行類型，探討風格化特色與受眾。
7	敘事結構：三幕劇與極簡結構	講解傳統結構與適用於短劇的極簡敘事結構。
8	角色與對白：短時間內建立情感連結	學習透過對白與動作快速勾勒角色形象與動機。
9	期中劇本創作與發表 (I)：初稿討論	期中發表：學生分享劇本大綱與初稿、創作概念、角色設定與作品結構。
10	視覺語言：鏡頭語言與場景調度	基礎運鏡在短劇中的應用。
11	喜劇元素：幽默感與荒謬的藝術	探討網路喜劇短劇的常見手法：反轉、誤解、誇張、梗的鋪陳。
12	情感與議題：深度短劇的社會共鳴	探討如何運用短篇形式傳遞社會議題或細膩情感。
13	劇本修改與潤飾：從初稿到定稿	學習有效的自我審查與修改技巧，提升劇本流暢度與衝擊力。
14	成果呈現與發表技巧	講解如何設計具吸引力的「提案企劃書」，以及發表技巧。
15	期末短劇劇本成果發表 (II)：正式分享	期末發表：學生上台發表完整劇本定稿、創作理念。

16	總結與回顧：網路影像敘事的未來	總結本學期學習內容，並對未來的網路影像創作趨勢進行展望與討論。
17	自主學習	觀賞經典作品，並撰寫短評。
18	自主學習	觀賞經典作品，並撰寫短評。

十五、教師專長背景及近年教育訓練參與狀況：

授課教師專長背景		
2012/11-2018/12 法國巴黎第十大學(楠泰爾大學)，美學博士。		
2011/09-2012/06 法國里昂第二大學，電影與視聽藝術研究碩士。		
2009/09-2011/06 法國里昂第三大學，漢學碩士。		
1996/09-2000/06 台灣，中國文化大學，大眾傳播學系學士。		
教育訓練參與狀況（近5年教學相關）格數不足可自行增加		
編號	日期	名稱
1	2024/08/24-25	虛擬製作工作坊 (info_Zukunft 主辦)
2	2024/08/23	影視科技講座 (info_Zukunft 主辦)
3	2024/06/21-23	2024 佛教,意識與 AI：第五屆木魚論壇佛學科學與未來
4	2024/05/07	觀•念攝影--攝影家的視覺策略 (新傳學院主辦)
5	2023/08/10	影視職安校園推廣—學校教師工作坊 (台北市電影戲劇業職業工會)

中國文化大學共同科目與通識教育中心
跨域專長課程教學大綱
(一課程一份大綱)

附件二

課程名稱：中文名稱（英文名稱）

網路銷售與數位行銷入門（Introduction to Online Sales and Digital Marketing）

一、開課教師姓名：李貞怡 所屬單位與職稱：大眾傳播學系/助理教授

專任 / 兼任

*教師專長背景及近年教育訓練參與狀況請詳參第十五項。

二、課程分類：

人文學科 社會科學 自然科學與數學（只可擇一分類）

三、本課程歸屬的校教學目標：

認識與理解多元文化 關懷與省思當代社會議題

具備科學素養與資訊應用的能力 增進語言溝通與表達的能力（至多可選兩項）

*人文學科須選〔認識與理解多元文化〕；社會科學須選〔關懷與省思當代社會議題〕；

自然科學與數學須選〔科學素養〕。

四、本課程歸屬的校課程能力：

藝術品味與人文涵養(50 %) 國際視野與多元文化(%)

社會關懷與公民責任(50 %) 邏輯思維與運算能力(%)

五、課程教學目標：

1. 了解網路銷售的基本理論、運作模式與發展趨勢。
2. 學習分析數位消費者行為及網路購買決策過程。
3. 掌握主要的數位行銷與社群平台操作策略。
4. 能整合內容行銷、廣告投放與數據分析進行銷售企劃。
5. 以專案實作方式培養跨域溝通與創意思考能力。

六、課程概述(中、英文)：

本課程以數位時代的「網路銷售」為核心，介紹社群行銷、電商平台、內容行銷與消費者心理等主題。學生將透過案例分析、專題實作，學習如何規劃線上銷售活動與提升品牌價值。課程強調理論與實務並重，適合各學院學生跨域選修。

This course introduces the fundamentals of online sales and digital marketing in the digital era. Topics include consumer behavior, social media strategy, e-commerce operations, content marketing, and so on in marketing. Through case studies and practical projects, students will develop the ability to plan and execute online sales campaigns.

七、授課內容：

社群與電商平台分析、消費者行為、內容行銷策略、直播與短影音銷售、KOL 合作、數位廣告與預算、AI 與數據分析應用、法規與倫理議題、整合行銷企劃實作。

八、授課方式：

講授、案例分析、小組討論、實作練習、專案發表。

九、學生在本課程所培養的具體能力：

數位媒體應用與行銷企劃能力、消費者洞察與資料分析能力、團隊合作與提案表達能力、跨平台整合與創意思考能力。

十、評量方法：

1. 課堂出席與參與 20%
2. 小組案例報告 10%
3. 期中專案提案 35%
4. 期末整合行銷企劃 35%

十一、上課用書：

Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). Principles of Marketing (18th ed.). Pearson.

張國雄 (2023)。《行銷管理：創新與挑戰 (第六版)》。台北：雙葉書廊。

十二、參考書目：

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). 行銷 4.0：新虛實融合時代贏得顧客的全思維 (劉盈君譯)。台北：天下雜誌。

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). 行銷 5.0：科技與人性完美融合時代的全方位戰略，運用 MarTech，設計顧客旅程，開啟數位消費新商機。台北：天下雜誌。

十三、課程需求：

學生可自行攜帶電腦，培養基本社群平台操作、數據分析能力。

十四、教學進度：

週次	上課內容	補充說明 (例如：閱讀內容與範圍、實作練習、特殊課堂活動...)
1	網路銷售概論與課程導入	認識電商與社群銷售現況
2	消費者心理與購買流程	線上購買行為與信任建立
3	數位行銷基礎	SEO、關鍵字與轉換率
4	社群媒體銷售策略	實例分享(小組報告 1)
5	內容行銷與故事化推銷	文字與影像的銷售力
6	直播與短影音銷售	觀看轉單案例與模擬實作
7	KOL 行銷與合作模式	分析成功帶貨案例(小組報告 2)

8	期中專案提案	期中報告
9	電商平台經營	實例分享(小組報告 3)
10	CRM 與顧客關係經營	會員制度與再行銷策略
11	數據分析	問卷設計和分析
12	網路廣告與預算規劃	行銷預算編列
13	法規與倫理議題	實例分享(小組報告 4)
14	整合行銷專案工作坊	專案模擬與修改
15	期末專案展示	小組發表與回饋
16	回顧與未來趨勢	新媒體銷售模式
17	自主學習周	
18	自主學習周	

十五、教師專長背景及近年教育訓練參與狀況：

授課教師專長背景		
李貞怡曾擔任東森集團擔任行銷公關主管，該集團兩大核心業務為新媒體和新零售，主要專長涵蓋新媒體、行銷和公關領域。過去三年在大傳系開課課程包含：網路媒體行銷企劃，就實務經驗和相關開課課程與本課程相關。		
教育訓練參與狀況（近 5 年教學相關） 格數不足可自行增加		
編號	日期	名稱
1		

備註：近五年無參加正式教育訓練課程。

中國文化大學共同科目與通識教育中心
跨域專長課程教學大綱
(一課程一份大綱)

附件二

課程名稱：全媒體敘事與產製實務 Omnimedia Storyteller and
Productions

一、開課教師姓名：黃詩音 所屬單位與職稱：大眾傳播學系 助理教授 專任 / 兼任
*教師專長背景及近年教育訓練參與狀況請詳參第十五項。

二、課程分類：

人文學科 社會科學 自然科學與數學 (只可擇一分類)

三、本課程歸屬的校教學目標：

認識與理解多元文化 關懷與省思當代社會議題

具備科學素養與資訊應用的能力 增進語言溝通與表達的能力 (至多可選兩項)

*人文學科須選〔認識與理解多元文化〕；社會科學須選〔關懷與省思當代社會議題〕；
自然科學與數學須選〔科學素養〕。

四、本課程歸屬的校課程能力：

藝術品味與人文涵養(30%) 國際視野與多元文化(30%)

社會關懷與公民責任(30%) 邏輯思維與運算能力(10%)

五、課程教學目標：

課程內容聚焦於產業觀察、內容策略、多媒體整合應用與 AIGC 案例分析。

1. 理解全媒體生態與發展脈絡：使學生掌握全媒體 (Omnimedia) 的核心概念、技術背景與跨平台整合模式。
2. 培養跨媒體內容分析能力：透過國內外案例解析，理解內容策劃、品牌敘事與受眾互動之間的關聯。
3. 建立數位傳播與新媒體整合能力：以理性與創新觀點評估媒體融合現象，分析 AI 生成內容 (AIGC)、沉浸式體驗與全媒體行銷的發展方向。

六、課程概述(中、英文)：

本課程旨在引導學生理解全媒體時代的內容生產邏輯與傳播策略。隨著媒體形式的多元化與受眾行為的分散化，傳統單一媒介已無法滿足資訊傳播需求，本課程透過理論講授與案例分析，探討多媒體整合、數位內容產製、傳播敘事與感性設計等多元議題。

課程內容涵蓋全媒體平台的運作模式 (包括新聞、社群、影音、Podcast、XR 等)，以及新興趨勢如 AI 生成內容 (AIGC)、沉浸式體驗與資訊視覺化的應用。學生將透過國內外成功案例，理解全媒體產製流程、策略定位與倫理議題，建立對當代傳播產業的整體視野與批判性思維，為未來進入媒體整合與內容企劃領域奠定基礎。

This course aims to guide students in understanding the content production logic and communication strategies in the era of all-media. With the diversification of media forms and the fragmentation of audience behavior, traditional single media can no longer meet the information dissemination needs. Through theoretical lectures and case analyses, this course explores multiple issues such as multimedia integration, digital content production, communication narratives, and emotional design. The course content covers the operation models of all-media platforms (including news, social media, video, podcasts, XR, etc.), as well as emerging trends such as AI-generated content (AIGC), immersive experiences, and the application of information visualization. Students will understand the all-media production process, strategic positioning, and ethical issues through successful domestic and international cases, establishing an overall vision and critical thinking of the contemporary communication industry, laying a foundation for future entry into the fields of media integration and content planning.

七、授課內容：

1. 全媒體生態與發展脈絡

介紹全媒體（Omnimedia）的基本概念，探討其技術背景、發展歷程及未來趨勢。重點在於理解不同媒體平台如何協同運作及融合，並探討跨平台整合的模式與挑戰。

2. 跨媒體內容策略與品牌敘事

通過國內外案例的深入分析，學生將學會如何策劃、創建及推動跨媒體內容。重點在於品牌敘事技巧、如何有效與受眾互動及提升品牌影響力。

3. 數位傳播的創新與融合分析

針對數位傳播領域中各種新媒體技術及平台，探索其創新發展及融合應用。學生將學會如何分析媒體融合現象及其對受眾行為和傳播效果的影響。

4. AI 生成內容（AIGC）的應用與挑戰

深入探討 AI 生成內容（AIGC）在媒體產業中的應用案例，分析其如何影響內容創作流程、媒體生產模式及受眾互動，並探討其未來的發展趨勢與挑戰。

5. 沉浸式體驗與全媒體行銷的發展方向

介紹沉浸式體驗（如 VR/AR）與全媒體行銷的最新發展，學生將學會如何利用這些技術來進行創新行銷，提升品牌知名度與市場競爭力，並探索其在未來媒體生態中的重要性。

八、授課方式：

理論、案例分析

九、學生在本課程所培養的具體能力：

1. 跨媒體內容策劃與品牌敘事能力：學生將能夠策劃和創建符合不同平台需求的內容，並運用品牌敘事技巧進行跨媒體的有效溝通，提升品牌價值與受眾互動。

2. 數位傳播與新媒體整合分析能力：學生能夠從理性和創新的角度分析數位媒體的融合趨勢，評估不同媒體平台間的整合策略，並理解如何在多元平台上達成訊息的最大傳播效果。

3. AIGC 應用與創新內容創作能力：學生將掌握 AI 生成內容（AIGC）的基本技術與應用場景，並能夠創新地運用 AIGC 工具來製作高效、引人入勝的數位內容，應對現今媒體行業中的內容創作挑戰。

十、評量方法：

課堂參與 40%、平時作業 20%、期中作業 20%、期末作業 20%

十一、上課用書：

自編教材

十二、參考書目：

Multimedia Storytelling for Digital Communicators in a Multiplatform World

作者：Gitner, Seth 出版日期：2022/07/12

十三、課程需求：

平時作業、期中報告、期末報告

十四、教學進度：

週次	上課內容	補充說明（例如：閱讀內容與範圍、實作練習、特殊課堂活動...）
1	課程導論：全媒體時代的內容生態	
2	全媒體平台結構與內容邏輯	
3	受眾分眾化與行為研究(1)	
4	受眾分眾化與行為研究(2)	
5	跨平台內容企劃與編輯策略(1)	
6	跨平台內容企劃與編輯策略(2)	
7	敘事策略：數位敘事、沉浸式敘事、跨媒介劇情	
8	期中考週	
9	AI 生成內容 (AIGC) 與新聞/內容產製新模式	
10	資訊視覺化趨勢與資料敘事(1)	
11	資訊視覺化趨勢與資料敘事(2)	
12	Podcast 與聲音內容的全媒體運用	
13	影音內容生態與短影音平台策略	
14	品牌內容與跨媒體行銷策略(1)	
15	品牌內容與跨媒體行銷策略(2)	
16	期末專題報告	
17	自主學習週	
18	自主學習週	

十五、教師專長背景及近年教育訓練參與狀況：

授課教師專長背景
數位內容設計、多媒體製作、設計思考、使用者經驗

教育訓練參與狀況 (近 5 年教學相關) 格數不足可自行增加		
編號	日期	名稱
1	2025 年 11 月 15 日	《Multiplex Realities in an Algorithmic World 演算世界中的多重現實》2025 台灣資訊社會研究學會年會暨論文研討會
2	2025 年 9 月 07 日	n8n 實戰課程
3	2025 年 5 月 24 日	202 Generative AI 年會
4	2024 年 8 月 09 日	《2035 設計趨勢論壇研討會》
5	2024 年 6 月-9 月	《AI 整合教學培訓營》教師成長社群
6	2024 年 6 月 20-21 日	2024 百工百業用 AI: GenAI 先導工作坊
7	2024 年 5 月 25 日	2024 Generative AI 年會
8	2024 年 4 月 19 日	2024 年「AI 與傳播創新：高等教育的趨勢與挑戰」國際研討會
9	2024 年 1 月 27 日	「未來影像—光、生成、去中心」系列座談
10	2023 年 9 月-12 月	《AI 生成技術》線上課程
11	2023 年 8 月 31 日	《品牌裡的數位設計學》講座
12	2023 年 8 月 25 日	《當文字成為咒語、踏上 AI 靈感之旅》講座
13	2023 年 6 月 24 日	《元宇宙！奇異點！》2023 第六屆科技藝術國際學術研討會

中國文化大學共同科目與通識教育中心
跨域專長課程教學大綱
(一課程一份大綱)

附件二

課程名稱：短影音企劃與實作 Short Video Production

一、開課教師姓名：黃詩音 所屬單位與職稱：大眾傳播學系 助理教授 專任 / 兼任
*教師專長背景及近年教育訓練參與狀況請詳參第十五項。

二、課程分類：

人文學科 社會科學 自然科學與數學 (只可擇一分類)

三、本課程歸屬的校教學目標：

認識與理解多元文化 關懷與省思當代社會議題
具備科學素養與資訊應用的能力 增進語言溝通與表達的能力 (至多可選兩項)

*人文學科須選〔認識與理解多元文化〕；社會科學須選〔關懷與省思當代社會議題〕；
自然科學與數學須選〔科學素養〕。

四、本課程歸屬的校課程能力：

藝術品味與人文涵養(30%) 國際視野與多元文化(30%)
社會關懷與公民責任(20%) 邏輯思維與運算能力(20%)

五、課程教學目標：

1. 培養短影音企劃能力：使學生理解短影音創作的企劃架構、目標受眾與主題定位，能以創意思維發展具吸引力的影音內容。
2. 掌握 AI 輔助創作技術：學習運用生成式 AI (如 ChatGPT、Gemini) 於腳本撰寫、素材生成與視覺構圖中，提升創作效率。
3. 熟練剪輯與後製技巧：熟悉 Capcut、Premiere 等剪輯工具，完成節奏控制、轉場設計、音效整合與字幕排版。
4. 強化社群行銷思維：理解短影音平台 (如 Instagram Reels、YouTube Shorts、TikTok) 的演算法與互動機制，建立內容行銷策略。

六、課程概述(中、英文)：

本課程以「短影音創意行銷策略」為核心，結合 AI 工具與影像剪輯技術，培養學生從企劃到發布的全方位短影音製作能力。課程初期介紹短影音的全球趨勢與觀眾特性，解析《2024Meta 調查報告》指出的高互動內容特徵，如「真實感 (Real Talk)」、「共鳴式敘事」、「視覺衝擊」、「9:16 構圖」與「3 秒吸睛法則」。

課程中期應用 AI 工具輔助企劃與素材生成，學生將使用 ChatGPT 撰寫腳本、Kling 或 Runway 生成視覺素材，並以 CapCut 或 Premiere 完成剪輯與特效整合。課程同時導入 Meta 推薦的五大 reels 創作策略：「真誠分享」、「生活片段」、「音樂節奏」、「產品故事化」及「社群互動性內容」。

後期進入品牌與行銷導向的短影音應用，學習如何結合 AI 數據分析與社群洞察，優化影片發布策略與標籤設計。

This course centers on "Short Video Creative Marketing Strategies", integrating AI tools and video editing techniques to cultivate students' comprehensive short video production capabilities from planning to release. In the early stage of the course, global trends and audience characteristics of short videos are introduced, and the features of highly interactive content as pointed out in the "2024 Meta Survey Report" are analyzed, such as "Real Talk", "Resonant Narratives", "Visual Impact", "9:16 Composition", and the "3-Second Hook Rule".

In the middle stage, AI tools are applied to assist in planning and material generation. Students will use ChatGPT to write scripts, Kling or Runway to generate visual materials, and CapCut or Premiere to complete editing and special effects integration. The course also introduces Meta's recommended five Reels creation strategies: "Authentic Sharing", "Life Moments", "Music Rhythm", "Product Storytelling", and "Community Interactive Content".

In the later stage, the application of short videos in brand and marketing is explored, teaching students how to combine AI data analysis and community insights to optimize video release strategies and tag design.

七、授課內容：

1.短影音趨勢解析與受眾洞察：

說明全球短影音市場、平台差異（Reels、TikTok、YouTube Shorts）

解析《2024 Meta 調查報告》：真實感、共鳴敘事、視覺衝擊、9:16 構圖、3 秒吸睛法則等內容特徵

2.AI 輔助的企劃與腳本設計：

使用 ChatGPT 進行腳本發想、腳本分鏡、標題與貼文文字優化

AI 驅動的受眾分析、格式化腳本模板建立

3.AI 生成影像與素材整合技術：

應用 Kling、Runway 生成影像、角色、動態場景

AI 素材整合與前期製作流程（素材管理、版權與倫理）

4.短影音剪輯與視覺效果實作：

使用 CapCut / Premiere 進行剪輯、字幕、特效、音樂節奏同步

導入 Meta 五大 Reels 創作策略：真誠分享、生活片段、音樂節奏、產品故事化、社群互動性內容

5.品牌導向短影音行銷與發布策略：

AI 數據輔助洞察（標籤、關鍵字、最佳發布時間）

社群平台投放策略、成效評估與優化方法（A/B 測試、互動分析）

八、授課方式：

理論、案例分析

九、學生在本課程所培養的具體能力：

1.0 短影音企劃與敘事設計能力：

能夠依據受眾特性撰寫吸睛腳本、規劃內容節奏，並掌握真實感、共鳴敘事、3 秒吸睛等創作原則。

2. AI 工具整合與影像創作能力：

熟練運用 ChatGPT、Kling、Runway 等生成式 AI 進行腳本、畫面與素材生成，提升前期企劃與影像創作效率。

3. 剪輯製作與視覺表達能力：

具備使用 CapCut 或 Premiere 進行剪輯、字幕、音樂節奏同步與影片視覺效果設計的能力，完成具專業品質的短影音。

4. 品牌行銷與數據應用能力：

能夠運用 AI 數據洞察、平台分析工具進行發布策略規劃（標籤、時間、互動優化），並以品牌行銷視角創作有效觸及目標族群的短影音。

十、評量方法：

課堂參與 40%、平時作業 20%、期中作業 20%、期末作業 20%

十一、上課用書：

自編教材

十二、參考書目：

CapCut 玩轉短影音：從零到專精，打造社群爆款的 AI 剪輯術

作者：沈文雅 出版社：深智數位

十三、課程需求：

平時作業、期中報告、期末報告

十四、教學進度：

週次	上課內容	補充說明（例如：閱讀內容與範圍、實作練習、特殊課堂活動...）
1	課程導論與短影音產業趨勢	
2	受眾洞察與內容特性分析	
3	短影音創意企劃方法	
4	AI 腳本生成：從想法到分鏡(1)	
5	AI 腳本生成：從想法到分鏡(2)	
6	AI 影像生成實作(1)	
7	AI 影像生成實作(2)	
8	期中考週	
9	拍攝技巧與前期製作	
10	剪輯工具入門	
11	Meta Reels 五大策略拆解(1)	
12	Meta Reels 五大策略拆解(2)	
13	品牌定位與短影音行銷策略	
14	社群平台發布優化與演算法理解(1)	
15	社群平台發布優化與演算法理解(1)	
16	期末專題報告	

17	自主學習週	
18	自主學習週	

十五、教師專長背景及近年教育訓練參與狀況：

授課教師專長背景		
數位內容設計、多媒體製作、設計思考、使用者經驗		
教育訓練參與狀況（近5年教學相關）格數不足可自行增加		
編號	日期	名稱
1	2025年11月15日	《Multiplex Realities in an Algorithmic World 演算世界中的多重現實》2025 台灣資訊社會研究學會年會暨論文研討會
2	2025年9月07日	n8n 實戰課程
3	2025年5月24日	202 Generative AI 年會
4	2024年8月09日	《2035 設計趨勢論壇研討會》
5	2024年6月-9月	《AI 整合教學培訓營》教師成長社群
6	2024年6月20-21日	2024 百工百業用 AI: GenAI 先導工作坊
7	2024年5月25日	2024 Generative AI 年會
8	2024年4月19日	2024年「AI與傳播創新：高等教育的趨勢與挑戰」國際研討會
9	2024年1月27日	「未來影像—光、生成、去中心」系列座談
10	2023年9月-12月	《AI 生成技術》線上課程
11	2023年8月31日	《品牌裡的數位設計學》講座
12	2023年8月25日	《當文字成為咒語、踏上 AI 靈感之旅》講座
13	2023年6月24日	《元宇宙！奇異點！》2023 第六屆科技藝術國際學術研討會

中國文化大學共同科目與通識教育中心
跨域專長課程教學大綱
(一課程一份大綱)

附件二

課程名稱：中文名稱（英文名稱）

社群經營的故事力與數據力 (Storytelling and Data Analytics in Social Media Management)

一、開課教師姓名： 李珉愷 所屬單位與職稱： 大眾傳播學系／助理教授 專任／兼任

*教師專長背景及近年教育訓練參與狀況請詳參第十五項。

二、課程分類：

人文學科 社會科學 自然科學與數學 (只可擇一分類)

三、本課程歸屬的校教學目標：

認識與理解多元文化 關懷與省思當代社會議題

具備科學素養與資訊應用的能力 增進語言溝通與表達的能力 (至多可選兩項)

*人文學科須選〔認識與理解多元文化〕；社會科學須選〔關懷與省思當代社會議題〕；

自然科學與數學須選〔科學素養〕。

四、本課程歸屬的校課程能力：

藝術品味與人文涵養(%) 國際視野與多元文化(%)

社會關懷與公民責任(%) 邏輯思維與運算能力(%)

五、課程教學目標：

1. 了解社群媒體溝通的核心概念與各個平台特性。
2. 掌握各種貼文在社群經營中的運用，建立內容行銷與經營的基礎能力。
3. 具備數據分析的實務能力，熟悉 Google Analytics 的操作。
4. 整合創意與數據思維，發展從數據分析導入社群行銷的能力。

六、課程概述(中、英文)：

本課程以「內容故事力」與「數據分析力」為雙主軸，帶領學生理解社群媒體的經營眉角與經營策略。課程前半段從理解社群平台差異及社群策略開始，學習者可以分析常關注粉絲團的發文風格與貼文技巧，再帶入自己創建的粉絲團裡開始練習。後半段聚焦於數據分析實務，讓學生透過 Google Analytics 工具進行流量與受眾行為分析，最終以專題形式整合內容策略與分析報告，培養社群經營的行銷策略能力。

This course focuses on two key abilities: storytelling and data analytics in social media management. In the first half, students learn social media strategies, analyze fan page content styles, and practice managing their own pages. The second half emphasizes data analysis using Google Analytics to understand traffic and

audience behavior. By integrating creative content with data insights, students will develop strategic skills for effective social media marketing.

七、授課內容：

社群媒體概論、社群媒體內容策略、社群經營行銷策略、Google Analytics 基礎操作

八、授課方式：

講授與案例分析、分組討論、實作、GA 認證輔導與考照、粉絲團經營成果發表

九、學生在本課程所培養的具體能力：

社群經營的內容創意思考、社群經營的行銷策略能力、Google Analytics 證照的數據分析能力

十、評量方法：

1. 出席與課堂參與 20%
2. 隨堂練習 10%
3. 粉絲團經營提案 20%
4. Google Analytics 認證考試 25%
5. 期末粉絲團經營成效報告 25%

十一、上課用書：

1. 王維菁、林玉鵬、王俐容（編）（2022）。《AI 時代的數位傳播素養教育》。台北：五南出版社。
2. 陳展儀（2023）。《GA4 全方位攻略：掌握行銷科技與數據營運的成功指南》。台北：博碩文化。
3. 吳燦銘（2021）。《Google Analytics 網站資料分析：網路行銷與商務決策的利器》。台北：博碩文化。
4. Google Skillshop. Google Analytics Certification Training Materials.
台灣 Google 官方網站與 Skillshop 教學資源。

十二、參考書目：

1. 劉致昕（2021）。《真相製造：從聖戰士媽媽、極權政府、網軍教練、境外勢力、打假部隊、內容農場主人到政府小編》。台北：春山出版。
2. 傅士哲、謝良瑜（譯）（2009）。《6 個人的小世界》。台北：大塊文化。（原書：Duncan J. Watts. (2004). Six Degrees: The Science of a Connected Age. W. W. Norton & Company; Reprint.
3. 王彥平（2015）。《人人都是網站分析師：看穿網站流量的祕密》。台北：基峰資訊。

十三、課程需求：

學生須自備智慧型手機、或自行攜帶電腦、Pad，以利課堂實作練習。

十四、教學進度：

週次	上課內容	補充說明（例如：閱讀內容與範圍、實作練習、特殊課堂活動…）
----	------	-------------------------------

1	社群媒體概論：社群、社群媒體、社群行銷	
2	數位閱聽行為暨數位行銷基本概念	分組開設粉絲團
3	社群溝通術 1：社群行銷文案分析暨撰寫技巧	
4	社群溝通術 2：社群梗文分析暨撰寫技巧	
5	社群溝通術 3：社群視覺圖片、梗圖、meme 創作	
6	社群經營術 1：社群行銷活動與公關	案例分析
7	社群經營術 2：社群媒體管理與經營策略	案例分析
8	期中提案：粉絲團經營	期中分組報告
9	Google Analytics 1	簡介 GA4、創建帳號
10	Google Analytics 2	Life Cycle 報表：獲客、參與
11	Google Analytics 3	Life Cycle 報表：營利、回訪率
12	Google Analytics 4	Search Console、User 報表
13	Google Analytics 5	探索
14	Google Analytics 6	廣告
15	Google Analytics 證照考試	
16	期末報告：粉絲團經營成果	期末分組報告
17	自主學習周	
18	自主學習周	

十五、教師專長背景及近年教育訓練參與狀況：

授課教師專長背景		
<p>李珉愷曾任職網讚策略有限公司數位行銷資深 PM，負責輿情監控、網路口碑經營、社群行銷、品牌危機管理。該公司整合數位資源，與 BIG DATA 大數據(股)公司合作，透過《KEYPO 大數據關鍵引擎》與數據分析平台《網路溫度計 DailyView》，貫通企業服務之大數據輿情分析、口碑策略操作、社群內容經營、市場洞察、數位廣告投放等。</p> <p>過去曾於銘傳大學「影音新聞與社群傳播學系（原新聞系）」開設：粉絲團經營、小編經營學，亦於輔仁大學大眾傳播學士學位學程開設：大數據分析、網路經營管理；於輔仁大學全人通識中心開設：大數據與社群媒體、大數據與敘事分析等課程，就實務經驗和相關開課課程與本課程相關。</p>		
教育訓練參與狀況（近 5 年教學相關）格數不足可自行增加		
編號	日期	名稱
1		
2		
3		
4		
5		