

東吳大學遠距教學課程教學計畫

壹、課程基本資料

(1) 課程名稱	中文：社會工作行銷 英文：Marketing Strategies for Social Work
(2) 開課系級	工四 AB
(3) 教學型態	<input checked="" type="checkbox"/> 非同步遠距教學 <input type="checkbox"/> 同步遠距教學 請填列本門課程之收播學校與系所： (1)學校：_____ 系所：_____
(4) 授課教師姓名及職稱	趙碧華 職稱：社會工作學系副教授 (如為共同授課，授權書應由主持人確認後代為簽署)
(5) 師資來源	<input checked="" type="checkbox"/> 專業系所聘任 <input type="checkbox"/> 通識中心聘任 <input type="checkbox"/> 以上合聘 <input type="checkbox"/> 其他
(6) 開課單位名稱 (或所屬學院及科系所名稱)	人社院社會工作學系
(7) 課程學制	<input checked="" type="checkbox"/> 學士班 <input type="checkbox"/> 進修學士班 <input type="checkbox"/> 碩士班 <input type="checkbox"/> 碩士班在職專班 <input type="checkbox"/> 博士班 <input type="checkbox"/> 學位學程 (<input type="checkbox"/> 碩士班(含碩士在職專班)) <input type="checkbox"/> 學分學程(含教育學程)
(8) 科目類別	<input type="checkbox"/> 共同科目 <input type="checkbox"/> 通識科目 <input checked="" type="checkbox"/> 專業科目 <input type="checkbox"/> 教育科目 <input type="checkbox"/> 其他(含全校性選修)
(9) 選課別	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修
(10) 學分數	3
(11) 每週上課時數	非同步時數:3 面授時數:0.6 (非同步遠距教學，請填平均每週面授時數)
(12) 預計總修課人數	50
(13) 全英語教學	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
(14) 國外學校合作遠距課程 (有合作學校請填寫)	國外合作學校與系所名稱：_____ <input type="checkbox"/> 國內主播 <input type="checkbox"/> 國內收播 <input type="checkbox"/> 境外專班 <input type="checkbox"/> 雙聯學制 <input type="checkbox"/> 其他

表九之一

貳、課程教學計畫

一、教學目標	探討規劃行銷程序，建立組織的行銷團隊。 了解分析市場導向，運用行銷的素材資源。 學習善用行銷概念，達成組織的永續經營。 1.Steps in the Strategic Marketing Planning Process. 2.Analyzing the Social Marketing Environment，Developing social marketing strategies 3.Promotion: deciding on messages, messengers, and creative strategies , communication channels; Creating an implementation plan and sustaining behavior.				
二、修讀對象	適合較高年級學生，若修過社會工作實習、社會福利行政及社工管理者學習效果會更好。 本課程係非同步網路教學授課方式，無法接受此授課方式或不願遵守課程相關規定者，請勿選修。 (註:請詳述修讀對象之條件，如：建議先修科目、先備條件與能力等。)				
三、課程內容大綱 與教學進度 說明： 1. 須授滿十八週課程（畢業班下學期為十四週）。 2. 請於期末學期考試前，安排一次 Moodle 平台線上課堂反應問卷填寫。 3. 遠距教學課程授課時數包含課程講授（影音教材）、師生互動討論、線上測驗、作業同儕互評等互動方式。	週	課程進度	授課方式及時數 (請填時數，無則免填)		
			遠距		面授
	同步	非同步			
	1	你選課了嗎?這一天歡迎來聽講 ~~課程簡介、課程操作說明、口頭報告分組 (○月○日星期○到校上課寫相見歡作業領出席分數)			3hr
	2	無所不在的行銷~~第一單元 了解社會行銷：競爭的優勢		3hr	
	3	知己知彼、百戰百勝~~第二單元 分析社會行銷的環境：兼具使命導向和市場導向		3hr	
	4	出奇制勝~~第三單元 創新服務行銷		3hr	
	5	看招數如何出招~~第四單元 發展社會行銷策略		3hr	
	6	這天到校再相見，不要忘了來領出席分數~~(○月○日星期○到校上課)小組報告製作說明會。			3hr
	7	展開行銷法寶~~第五單元 管理社會行銷計畫		3hr	
8	總有一些葵花寶典~~~第六單元 行銷素材		3hr		
9	行銷來了，行銷上菜嚕~~~第七單元 如何撰寫行銷(業務)企劃案		3hr		
10	未來與我同在~~~第八單元 科技與行銷		3hr		

表九之一

七、作業繳交方式 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 提供線上說明作業內容 <input type="checkbox"/> 線上即時作業填答 <input checked="" type="checkbox"/> 作業檔案上傳及下載 <input checked="" type="checkbox"/> 報告 <input type="checkbox"/> 其他，請說明：_____
八、評量方式及成績分配 (可複選)	<input type="checkbox"/> 期中考試：_____ % <input checked="" type="checkbox"/> 期末小組口頭及書面報告： <u>40</u> % (小組口頭報告影音檔(注意事項於 月 日說明)) <input checked="" type="checkbox"/> 平時作業： <u>30</u> % (請按規定上網繳交作業。補繳作業成績最高以60分計。分數會依遲交天數扣減，但不接受期末才全部作業一起補繳的情形。) <input type="checkbox"/> 線上小考：_____ % <input checked="" type="checkbox"/> 出席出勤： <u>10</u> % (到校上課三次出席情形) <input checked="" type="checkbox"/> 線上互動： <u>20</u> % (註) (註：學生參與課程討論互動情形納入評量包括課程設計的議題討論、課堂參與及課程討論版的張貼) <input type="checkbox"/> 其他 (請說明：_____)： _____ % (註：學生參與課程討論互動情形務必納入學期成績評量之一)
九、上課注意事項	本課程係網路教學授課方式，無法接受此授課方式或不願遵守課程相關規定者，請勿選修。 1.本課程到校上課時間為 月 日、月 日、月 日、月 日，請務必要出席，出席計成績。 2. 教學方式:非同步 /同學自行在家裡或校內電腦教室任一可連上網路之個人用電腦上課。到校上課時檢視進度與成果。 3.上課注意事項:自行準備上線設備，熟悉電腦線上操作，確實遵守課程規定。 4.同學所繳交之作業等相關素材均同意可以上網公開觀摩。 5.遲交作業仍請補繳至作業版中，系統自動會以紅字註明遲繳時間，遲繳作業最高以六十分計，但有繳總比沒繳好吧。
十、教材及參考資料	●指定教科書 Required Texts 李依璇、許瑞妤、鍾佳怡、雷宇翔/譯，劉淑瓊/校譯 非營利組織行銷—以使命為導向 台北:揚智 ●參考書資料暨網路資源 Reference Books and Online Resources 俞攻奴譯 蕭崑杉審譯 社會行銷 台北:五南 邱志聖行銷研究—實務與理論應用 台北:五南 戴國良著行銷企劃管理—理論與實務 台北:五南 周春芳編著創新服務行銷—開拓藍海商機 台北:五南 余朝權著現代行銷管理 台北:五南 Peter C. Brinckerhoff Mission-Based Marketing Positioning Your Not-for-Profit in an Increasingly Competitive World John Wiley & Sons, Inc. Peter C. Brinckerhoff Mission-Based Marketing: An Organizational Development Workbook John Wiley & Sons, Inc. Stern, Grary J., and Elana Centor. Marketing Workbook for Nonprofit Organizations: Develop the Plan. 2d ed. Vol. 1. saint Paul, Minn.: Amherst H. Wikder Foundation, Philip Kotler Nancy R. Lee. Social marketing: influencing behaviors for good. Sage. Alan R. Andreasen. Social Marketing in the 21st century. Sage. HF5414 A527 2006

附註：

- 每週上課時數：(1) 同步遠距教學課程適用：遠距課程請填入每週「面授」及「同步遠距教學」之合計上課時數。
(2) 非同步遠距教學課程適用：填入每週平均時數 (即學期總「面授」+「同步遠距教學」時數除於總課程週數)。
- 本遠距教學課程經教務會議核定通過後，校務行政系統中之授課計畫上傳作業，仍請教師自行處理。