

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	社會工作學系四年級 請務必註明學年級，如為一、二年級之專業必修課(重補修課程不受此限)，請於此欄提供必須開設為遠距課程之相關說明。	
(3)開課單位名稱	社會工作學系	
(4)授課教師姓名及職稱	趙碧華 職稱：社會工作學系副教授 1.請務必註明授課教師職稱。 2.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	☒ 專業系所聘任 ☐ 通識中心聘任 ☐ 以上合聘 ☐ 其他	
(6)開課資料	☐ 必修 ☒ 選修	☐ 第一學期 ☒ 第二學期 ☐ 暑期重補修 ☐ 暑期提前開課 不同開課學期，請分開填寫教學計畫表。 3 學分
(7)教學型態	☒ 非同步遠距教學：教學方式以非同步網路授課為主(請於下列三種教學方式中擇一勾選)。 ☐ 非同步+同步 ☐ 非同步+面授 ☒ 非同步+同步+面授 ☐ 同步遠距教學：教學方式以同步網路授課為主(請於下列四種教學方式中擇一勾選)。 ☐ 同步 ☐ 同步+非同步 ☐ 同步+面授 ☐ 同步+非同步+面授	
(8)課程學制	☒ 學士班 ☐ 進修學士班 ☐ 碩士班 ☐ 碩士班 ☐ 博士班 ☐ 學位學程(含學士、碩士班、碩士在職專班) ☐ 學分學程(含教育學程)	
(9)科目類別	☐ 共同科目 ☒ 專業科目 ☐ 教育科目 ☐ 通識科目 ☐ 其他(含全校性選修)	
(10)預計總修課人數	60	
(11)全英語教學	☐ 是 ☒ 否	
(12)跨校／跨國遠距課程	☐ 是：合作學校與系所名稱 ☐ 主播 ☐ 收播 ☐ 境外專班 ☐ 雙聯學制 ☐ 其他 ☒ 否	

貳、課程教學計畫

		1. 探討規劃行銷程序，建立組織的行銷團隊。			
	中文	2. 了解分析市場導向，運用行銷的素材資源。			
		3. 學習善用行銷概念，達成組織的永續經營。			
一、教學目標	英文	1.Step 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。 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	週次	課程內容 1.應清楚明確，使學生能確實掌握各週學習目標。 2.每週必填，共 18 週；畢業班為 14 週(請自行調整)。 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。	授課方式 1.請填寫每週上課時數。 2.網路遠距之時數應達總時數之 1/2。 3.同步教學或教室面授至少 6 週以上。		
			線上遠距		教室 面授
			同步	非同步	
	範例	(1)課程內容、成績計算、授課方式說明 (2)1-1「遠距課程實施」、1-2「遠距課程線上互動」	1	1	
	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 (利用 google meet 安排同步課業輔導點)	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	

表九之一 114 學年度適用

	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(利用 google meet 安排同步課業輔導點)	3hr		
	11	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)小組報告開始上線說明。 小組一行銷相關議題線上報告(利用 google meet 進行同步教學)（由同學就第一至八單元議題來設計報告題目）			3hr
	12	小組二行銷相關議題線上報告(利用 google meet 進行同步教學)（由同學就第一至八單元議題來設計報告題目）	3hr		
	13	小組三行銷相關議題線上報告(利用 google meet 進行同步教學)（由同學就第一至八單元議題來設計報告題目）	3hr		
	14	期末課堂總檢視成果填寫學校校定課堂反應問卷（本課程係畢業班上課只有十四週）		3hr	
	15				
	16	線上/實體期末課堂反應問卷施測。			
	17				
	18	此週雖為彈性補充教學，但總學期上課週數仍維持 18/14 週，教師應透過教學活動安排，提供學生多元學習或自主學習。			
	備註	連續四週非同步教學中原來課程安排每週都有作業以了解學生學習成效，若要更進一步掌握學生學習成效，將於第四週結束增加一份隨堂測驗或利用 google meet 安排同步課業輔導點。 如有連續 4 週以上均採非同步線上方式授課，請於此欄補充說明如何掌握學生學習成效之相關措施。			
四、 教學方式 （可複選）	本欄填寫方式請務必與「三、課程內容大綱與教學進度」一致。 ☒ 提供 同步教學，次數： 4 次，總時數： 12 小時 ☒ 提供 非同步教學，次數： 7 次，總時數： 21 小時 ☒ 提供 面授教學，次數： 3 次，總時數： 9 小時 ☐ 無須安排學校教室（須全數為線上教學課程方可勾選） ☐ 其他，請說明：				

表九之一 114 學年度適用

	教學平台(教材放置、課堂反應問卷設定平台，請擇一使用) ☒本校 TronClass 行動化數位學習平台 ☐其他，請說明：_____
五、 課程預計使用的 學習管理系統功 能	同步視訊使用軟體(有線上同步教學之課程必填) ☒Microsoft Teams ☒Google Meet ☐其他，請說明：請填寫軟體名稱，並說明使用原因 課程內容(可複選) ☒課程簡介 ☒課程安排 ☒教材目錄 ☐測驗/考試 ☒作業/報告 ☐其他，請說明：_____ 課程資訊(可複選) ☒最新消息 ☒課程公告 ☒評量方式 ☒教師、助理資訊 ☒常見問題 ☒成績資訊 ☒提供教材內容供學習者下載 ☒線上討論區 ☒線上作業繳交 ☐其他，請說明：_____ 教學活動(至少使用 5 種) ☒教師講述 ☐操作演示 ☒議題討論 ☒實作練習 ☐角色扮演 ☒分組報告 ☒同儕互評 ☐腦力激盪 ☐搶答 ☐辯論 ☐其他，請說明：_____
六、 師生互動討論	教師線上固定討論時段(必備，每兩週 1 小時)：<u>依課程規劃時間公布於課程公告版上依課程規劃時間公布於課程公告版上</u> 教師實體空間課輔時間：<u>期二上午一至四節或依校定時間公布於課程公告版上</u> ☐無研究室之兼任教師，請與學生討論後，另約時間地點討論。 教師 E-mail 信箱及分機：<u>metta@gm.scu.edu.tw</u> 分機：6362 其他，請說明：_____ (註：相關互動資訊請務必留存備查)
七、 評量方式 (可複選)	☐期中考試：_____ % ☐期末考試：_____ % ☒平時作業： 25 % ☐線上小考：_____ % ☒出席出勤： 10 % ☒☐線上互動： 25 % (務必納入成績評量方式) ☒其他(請說明：<u>期末小組口頭及書面報告</u>)： 40 %
八、 修課注意事項	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

表九之一 114學年度適用

	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。 如無注意事項, 請填「無」
九、 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 俞玖玟譯 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 如是自編教材, 亦請註明。

附註：遠距教學課程經教務會議核定後，教師需自行於校務行政系統上傳授課計畫。