

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	傳播心理學	授課 教師	卓美玲 Jow, Mei-ling
	COMMUNICATION PSYCHOLOGY		
開課系級	資傳四 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAIXB4A		
系所教育目標			
<p>一、強化專業知識：教導資訊傳播與社會人文核心學理，以培養學生紮實的專業知識理解、分析和詮釋的能力。</p> <p>二、訓練實務知能：教導資訊傳播實務技能，以培養學生數位媒體專案企畫執行的能力。</p> <p>三、開發創意潛能：透過美學探索和作品賞析，以激發學生創意的自我開發。</p> <p>四、鼓勵業界互動：透過校外比賽活動、業界人士演講、進駐資傳產業公司實習或參與教師產學合作專案計畫，以與業界接軌並提升學生產業就業實務能力。</p> <p>五、培養團隊精神：教導溝通協調知識技能和分工合作完成專案技術，以培養學生團隊工作的領導力和適應力。</p> <p>六、深化專業倫理：教導學生資訊傳播專業倫理知識，以培養學生尊重專業倫理的態度和善盡社會責任的精神。</p>			
系所核心能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理知識。</p> <p>B. 能蒐集、分析資訊，和解讀、詮釋資訊意義。</p> <p>C. 能掌握資訊傳播發展趨勢。</p> <p>D. 能善用美學知識並激發自我創意。</p> <p>E. 能熟悉、運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>F. 能規劃、撰寫企畫書，並執行資訊傳播專案。</p>			
課程簡介	<p>引導學生學習由心理層面來探索與解析傳播相關之議題。配合心理學理論與廣告實務案例以學習理論如何應用於傳播相關實務。</p>		
	<p>This course leads students to a better understanding of the related psychological theories by communication examples, and learning how to apply psychological theories to communication practices.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系所核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系所核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「系所核心能力」。單項教學目標若對應「系所核心能力」有多項時，則可填列多項「系所核心能力」(例如：「系所核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系所核心能力
1	1能理解資訊傳播基本心理學理知識並解析心理議題	1 able to gain knowledge of communication -related psychological theories and learn to analyze related communication issues	C4	AB
2	2能應用以上學理以掌握資訊傳播發展趨勢	2 able to apply theories to keep up with the latest trends of information and communication industries	P3	C
3	能知曉專業倫理與社會責任	able to understand professional ethics and social responsibilities	C5	B

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1能理解資訊傳播基本心理學理知識並解析心理議題	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
2	2能應用以上學理以掌握資訊傳播發展趨勢	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論
3	能知曉專業倫理與社會責任	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論

本課程之設計與教學已融入下列本校基本素養與核心能力

淡江大學基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◇ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◇ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◇ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◇ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◇ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◇ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◇ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/09/05~ 100/09/11	課程介紹	分組
2	100/09/12~ 100/09/18	廣告心理學的基本要素及運用	
3	100/09/19~ 100/09/25	廣告心理學的基本要素及運用	
4	100/09/26~ 100/10/02	廣告中動機訴求與說服路徑設計對廣告效果之影響	
5	100/10/03~ 100/10/09	性訴求廣告效果	
6	100/10/10~ 100/10/16	幽默訴求廣告效果	
7	100/10/17~ 100/10/23	隱喻式廣告效果	
8	100/10/24~ 100/10/30	廣告代言人的廣告效果	
9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	品牌態度與品牌忠誠類型之關連性	
11	100/11/14~ 100/11/20	廣告中認同之建構	
12	100/11/21~ 100/11/27	產品情感與自我認同對衝動性購買之影響	

13	100/11/28~ 100/12/04	消費者類型與產品涉入度對購買決策理性思考、情感歷程及態度的影響	
14	100/12/05~ 100/12/11	廣告配樂中鋼琴獨奏的運用及音樂心理的探討	
15	100/12/12~ 100/12/18	繳交期末報告初稿；期末分組報告	
16	100/12/19~ 100/12/25	期末分組報告	
17	100/12/26~ 101/01/01	繳交期末報告修改版；期末分組報告；總結	小組成員評量
18	101/01/02~ 101/01/08	期末考試週	
修課應 注意事項	應準時於約定日時間繳交作業與報告，遲交一律不予計分。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	講義		
參考書籍	<p>廣告心理學，楊志編著，台北：國家出版社。 新廣告心理，蔡焜霖譯，台北：朝陽堂文化。 廣告的心理原理，楊中芳著，台北：遠流。 Taylor, Peplau & Sears (1999) Social Psychology 社會心理學，張滿玲譯，台北：雙葉書廊。 Wallace (2001) The psychology of the Internet, 網路心理講義，陳美靜譯，台北：天下文化。</p>		
批改作業 篇數	篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）		
學期成績 計算方式	<p>◆平時考成績： % ◆期中考成績： % ◆期末考成績： % ◆作業成績： 40.0 % ◆其他〈課堂討論、期末報告〉：60.0 %</p>		
備 考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址：http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p>※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。</p>		