

淡江大學100學年度第2學期課程教學計畫表

課程名稱	文化品牌經營與全球行銷	授課 教師	段鍾沂 CHUNG-YI TUAN
	THE CULTURE BRAND MANAGEMENT AND GLOBAL MARKETING		
開課系級	共同科—文A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TGAXB0A		
系（所）教育目標			
<p>一、培養學生成為具人文關懷與科學精神之知識份子。</p> <p>二、培養知識管理與文化創意之人才。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 文化創意與產業趨勢之洞察能力。</p> <p>B. 文化創意產業知識之應用能力。</p> <p>C. 語文表達能力。</p> <p>D. 歷史詮釋能力。</p> <p>E. 文獻分析能力。</p> <p>F. 資訊應用能力。</p> <p>G. 媒體傳播能力。</p> <p>H. 美學鑑賞與應用能力。</p> <p>I. 創意思考能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程以產業實務操作之經驗分享為主。並輔以文化創意、廣告，行銷及網路之產業專業知識論証。此外為有效使學生能整合知識與實務經驗，本課程將同時邀請2位產業菁英個別論述、講評、賞析之方式，分享實務操作之經驗，使學生能在課業上體驗工作場域實況，以達最大的學習效果。</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其「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	認知	1Cognitire	C6	I
2	情意	Affective	A6	I

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	認知	講述、討論、賞析、演講	報告
2	情意	講述、討論、賞析	報告

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養與核心能力

淡江大學校級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	101/02/13~ 101/02/19	課程簡介/教學方法說明文化、創意與企業的定義說明	
2	101/02/20~ 101/02/26	夢想、愛與勇氣！·流行音樂與大眾文化的糾結、衝突及共存·流行音樂的社會價值與公眾利益	
3	101/02/27~ 101/03/04	品牌與定位· 從品牌的意義與價值說明並導入品牌經營的策略與品牌基因的形成· 定位的功能、價值	
4	101/03/05~ 101/03/11	行銷與經營· 闡述行銷的定義，分析4P與4C的不同· 企業經營的目標、策略之案例說明	
5	101/03/12~ 101/03/18	世界品牌與全球行銷· 從文化的角度	
6	101/03/19~ 101/03/25	世界品牌與世界廣告代理商(一)· 世界品牌的行銷模式· 廣告代理商的全球發展模式	
7	101/03/26~ 101/04/01	教學行政觀摩週(停課一次)	
8	101/04/02~ 101/04/08	世界品牌與世界廣告代理商(二)· 全球廣告代理產業之過去與未來· 台灣廣告產業現代化的歷程與演變	
9	101/04/09~ 101/04/15	演講：廣告大創意/台灣智威湯遜執行創意總監-常一飛	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	流行音樂產業的過去、現在與未來· 從數比到數化對流行音樂產業的衝激	
12	101/04/30~ 101/05/06	台灣流行音樂60年(一)· 台灣流行音樂的歷史變遷與演進· “民歌30年”的意義與價值	

13	101/05/07~ 101/05/13	台灣流行音樂60年(二)·科技決定內容產業的生存與發展·影響台灣流行產業的5大因素	
14	101/05/14~ 101/05/20	流行音樂製作與行銷參拾柒度唱片公司創辦人-熊儒賢	
15	101/05/21~ 101/05/27	創作分工與權利分享·文化創意產業經營的現代化觀念與模式	
16	101/05/28~ 101/06/03	文化創意產業的產銷分工運作模式·創作與行銷分工的意義·文化產業經紀制度的重要性	
17	101/06/04~ 101/06/10	台灣文化創意產業的策略與方向·台灣文化創意產業的發展困境與機會	
18	101/06/11~ 101/06/17	期末考試週	
修課應 注意事項	不得於上課時飲食		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本			
參考書籍			
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	◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：35.0 % ◆其他〈 〉： %		
備 考	「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。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。		