

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	互動體驗行銷	授課 教師	劉慧娟 LIU, HUICHUAN
	INTERACTIVE MARKETING		
開課系級	資傳二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAIXB2A		
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	本課程將引導學生瞭解體驗行銷的內涵，並掌握互動體驗行銷設計的元素。		
	This course introduces the core concepts of experiential marketing and fundamental design principles of interactive experiential marketing campaigns.		

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	學生能理解體驗行銷的基本概念	Students can understand the core concepts of experiential marketing.	C2	B
2	學生能分析全球互動體驗行銷案例	Students can analyze cases of global interactive experiential marketing.	C4	BC
3	學生能開發互動體驗行銷企畫	Students can design and develop interactive experiential marketing campaigns.	C6	BDEF

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	學生能理解體驗行銷的基本概念	講述、討論	紙筆測驗、上課表現
2	學生能分析全球互動體驗行銷案例	講述、討論、賞析	紙筆測驗、報告、上課表現
3	學生能開發互動體驗行銷企畫	講述、討論	報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◆ 洞悉未來	
◇ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◆ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	102/02/18~ 102/02/24	課程說明	小組分組
2	102/02/25~ 102/03/03	行銷概念回顧Q&A	
3	102/03/04~ 102/03/10	體驗行銷 (+影片)	
4	102/03/11~ 102/03/17	五感體驗	
5	102/03/18~ 102/03/24	策略體驗模組	
6	102/03/25~ 102/03/31	五感品牌	
7	102/04/01~ 102/04/07	教學行政觀摩週	
8	102/04/08~ 102/04/14	五感品牌工程方法論	
9	102/04/15~ 102/04/21	期中個案報告	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	互動體驗行銷企畫	
12	102/05/06~ 102/05/12	期中個案報告	調到4/16的5、6節

13	102/05/13~ 102/05/19	互動體驗行銷企畫工作坊	
14	102/05/20~ 102/05/26	個案分享：互動廣告、行動行銷、	
15	102/05/27~ 102/06/02	個案分享：未來生活、未來消費、未來博物館、	
16	102/06/03~ 102/06/09	期末報告	
17	102/06/10~ 102/06/16	期末報告	
18	102/06/17~ 102/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	1. 本學期將邀請傑出業師與同學分享實務經驗，如遇安排業師到訪時間而須調整進度時，敬請見諒。 2. 開學首次上課未到者，一律不予分組，請退選。 3. 口頭簡報請以創意設計簡報方式和內容 4. 書面報告應準時於約定時間繳交，遲交一律不予計分。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Reading Packet		
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： 10.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：40.0 % ◆期末評量：50.0 % ◆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。		