

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷傳播專題	授課 教師	黃振家 HUANG JENN-JIA
	PRO-SEMINAR FOR MARKETING COMMUNICATION		
開課系級	大傳三A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAMXB3A		
系（所）教育目標			
<p>一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 具人文素養與社會關懷之能力。</p> <p>B. 團隊合作與溝通協調能力。</p> <p>C. 理解傳播相關倫理與社會責任之能力。</p> <p>D. 理解社會趨勢與產業現況之能力。</p> <p>E. 發掘、分析與解決傳播問題之能力。</p> <p>F. 理解傳播相關專業理論之能力。</p> <p>G. 企劃設計與執行傳播實務所需技術之能力。</p> <p>H. 具掌握與融合理論知識與實作創意之能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程主要針對故事行銷相關原理進行介紹，希冀透過相關課程安排，培養學生對故事行銷相關領域的興趣，讓學生能夠針對故事行銷現象進行解析，瞭解相關現象背後的理論意涵。</p>		
	<p>The main purpose of this class is trying to enlighten the students on the storytelling for branding and forward their knowledge about the storytelling for branding. Hence this class is arranged to introduce the basic concepts, methods and instruments about the storytelling with the real branding examples. The students also have lots of chances to practice the storyingtelling for branding by the required assignments during the term.</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	本課程主要針對故事行銷相關原理進行介紹，希冀透過相關課程安排，培養學生對故事行銷相關領域的興趣，讓學生能夠針對故事行銷現象進行解析，瞭解相關現象背後的理論意涵。	The main purpose of this class is trying to enlighten the students on the storytelling for branding and forward their knowledge about the storytelling for branding. Hence this class is arranged to introduce the basic concepts, methods and instruments about the storytelling with the real branding examples. The students also have lots of chances to practice the storyingtelling for branding by the required assignments during the term.	A6	ABCDEFGH

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	本課程主要針對故事行銷相關原理進行介紹，希冀透過相關課程安排，培養學生對故事行銷相關領域的興趣，讓學生能夠針對故事行銷現象進行解析，瞭解相關現象背後的理論意涵。	講述、討論、賞析、參訪、問題解決	實作、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	課程導論	
2	102/02/25~ 102/03/03	透過說故事打造品牌	
3	102/03/04~ 102/03/10	故事的四個要素	
4	102/03/11~ 102/03/17	企業裡的故事	
5	102/03/18~ 102/03/24	公司的核心故事	
6	102/03/25~ 102/03/31	說故事的真實素材	
7	102/04/01~ 102/04/07	教學行政觀摩週	
8	102/04/08~ 102/04/14	說故事是管理工具	
9	102/04/15~ 102/04/21	說故事是行銷工具	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	廣告中的說故事	
12	102/05/06~ 102/05/12	當說故事成為對話	

13	102/05/13~ 102/05/19	媒體是說故事的伙伴	
14	102/05/20~ 102/05/26	拆除藩籬	
15	102/05/27~ 102/06/02	故事行銷個案研析	
16	102/06/03~ 102/06/09	故事行銷個案研析	
17	102/06/10~ 102/06/16	故事行銷個案研析	
18	102/06/17~ 102/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		Fog,K,Budtz,C,Munch,P,Blanchette,S.(2010).Storytelling: Branding in Practice,(2nd ed.), London: Springer.	
參考書籍		<p>蔡琰著 (1990)。 《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》， 台北：三民。</p> <p>Annette Simmons 著；陳智文譯(2008)：《說故事的力量：激勵、影響與說服的最佳工具》， 台北：臉譜。</p> <p>Seth Godin 著；梁曙娟譯(2003)：《紫牛：讓產品自己說故事》， 台北：商智。</p> <p>Dickman, Robert與Maxwell, Richard著(2008)：《好故事無往不利：創造行銷奇蹟的說服力》， 台北：天下文化。</p> <p>Bernard Cathelat, Robert Ebguy著；沈呂百、黃振家譯(2002)：《廣告創意解碼》， 台北：滾石文化。</p> <p>劉中薇著 (2010)。 《說故事了沒》， 台北：圓神。</p>	
批改作業 篇數		3 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>◆出席率： % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：40.0 %</p> <p>◆期末評量：20.0 %</p> <p>◆其他〈企業參訪〉：10.0 %</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>※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。</p>	