

淡江大學 101 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證。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	1認知 2情意	1Cognitive 2Affective	C6	ABCDEFGHI

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	1認知 2情意	講述、討論、賞析、演講	報告

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	課程簡介/教學方法說明 ■文化、創意與企業的定義說明	
2	102/02/25~ 102/03/03	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	102/03/04~ 102/03/10	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	102/03/11~ 102/03/17	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	102/03/18~ 102/03/24	世界品牌與全球行銷 ■從文化的角度	
6	102/03/25~ 102/03/31	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	102/04/01~ 102/04/07	教學行政觀摩週(停課一次)	
8	102/04/08~ 102/04/14	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	102/04/15~ 102/04/21	演講：廣告大創意/台灣智威湯遜執行創意總監-常一飛	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	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	102/05/06~ 102/05/12	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	102/05/13~ 102/05/19	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	102/05/20~ 102/05/26	流行音樂製作與行銷 參拾柒度唱片公司創辦人-熊儒賢	
15	102/05/27~ 102/06/02	城市行銷：西雅圖 ■城市行銷的定義與案例說明 ■城市文化決定城市行銷的成敗	
16	102/06/03~ 102/06/09	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	
17	102/06/10~ 102/06/16	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	102/06/17~ 102/06/23	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： % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈作業成績〉：30.0 %
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。