

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

| | | | |
|--|---|----------|-----------------------|
| 課程名稱 | 廣告英文 | 授課 教師 | 林欣潔 LIN,HSIN-CHIEH |
| | ENGLISH FOR ADVERTISING | | |
| 開課系級 | 語言二A | 開課 資料 | 選修 單學期 3學分 |
| | TPAXB2A | | |
| 系 (所) 教育目標 | | | |
| <p>一、培養學生英語文能力與溝通技巧。</p> <p>二、發展獨立研究與終身學習之素養。</p> <p>三、提升文化意識與發揮社會功能。</p> | | | |
| 系 (所) 核心能力 | | | |
| <p>A. 具英語基礎溝通的能力。</p> <p>B. 具英語實務應用的能力。</p> <p>C. 具解決問題與終身學習的能力。</p> <p>D. 具英語文獨立研究基本能力。</p> <p>E. 具理解與分析文化的能力。</p> <p>F. 具領導與團隊合作的能力。</p> | | | |
| 課程簡介 | <p>本課程旨在提供有意進入行銷與PR領域之學生相關的語言知識。課程內容包含一般行銷與PR之主要概念與術語；學生表現則以紙本測驗與報告評量之。</p> | | |
| | <p>The course is designed for students who consider developing their careers in marketing and public relation/ communication fields. Major terminology and concepts of marketing and PR will be introduced to equip the students with the basic knowledge. Tasks will be assigned to provide hands-on practice. The students will be asked to complete a writing exam and a project for evaluation.</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 | 增進學生行銷與PR基礎英文知識。 | Lay a foundation of marketing and PR related knowledge for the students. | C1 | ABCDF |
| 2 | 增進學生的跨文化知識與分析能力。 | Increase students' cross-cultural knowledge and analysis skill. | C4 | CDEF |

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 | 增進學生行銷與PR基礎英文知識。 | 講述 | 紙筆測驗 |
| 2 | 增進學生的跨文化知識與分析能力。 | 賞析 | 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 | Introduction | |
| 2 | 102/02/25~ 102/03/03 | National Holiday. | |
| 3 | 102/03/04~ 102/03/10 | Marketing concepts 101: 4Ps, 4Cs, 4As 4Os | |
| 4 | 102/03/11~ 102/03/17 | Analyzing your market: SWOT & 5 forces analysis | |
| 5 | 102/03/18~ 102/03/24 | Understanding the market environment | |
| 6 | 102/03/25~ 102/03/31 | Marketing research | |
| 7 | 102/04/01~ 102/04/07 | National Holiday | |
| 8 | 102/04/08~ 102/04/14 | Legal and ethical aspect of marketing | |
| 9 | 102/04/15~ 102/04/21 | Developing new products | |
| 10 | 102/04/22~ 102/04/28 | 期中考試週 | |
| 11 | 102/04/29~ 102/05/05 | Product launch and promotion: Marketing plan 1 | |
| 12 | 102/05/06~ 102/05/12 | Product launch and promotion: Marketing plan 2 | |

| | | | |
|--------------|--|---|--|
| 13 | 102/05/13~ 102/05/19 | What makes my 1-dollar-coke 2 dollars in the store: Branding | |
| 14 | 102/05/20~ 102/05/26 | Public Relations | |
| 15 | 102/05/27~ 102/06/02 | Marketing and cross-cultural issues | |
| 16 | 102/06/03~ 102/06/09 | New media, new methods: Online marketing 1 | |
| 17 | 102/06/10~ 102/06/16 | New media, new methods: Online marketing 2, buzzing and viral marketing | |
| 18 | 102/06/17~ 102/06/23 | 期末考試週 | |
| 修課應 注意事項 | 1. Class participation is a critical criterion for evaluation. 2. No late assignment or make-up test will be permitted. 3. Absence over 3 times will result in failure. 缺席超過3次之學生將不得及格。請選修學生務必注意。 4. The syllabus is subject to modification for the best interest of the students. 5. 本課程需備有教科書(如下所列), 細節將於課堂公佈, 請欲修習之學生特別注意。 | | |
| 教學設備 | 電腦、投影機 | | |
| 教材課本 | Farrall Lindsley, Professional English in Use Marketing, Cambridge University Press, 2008 | | |
| 參考書籍 | Farrall Lindsley, Professional English in Use Marketing, Cambridge University Press, 2008 Eric Yaverbaum et. als, Public Relations For Dummies, For Dummies, 2006 Pete Barry, Advertising Concept Book, Thames & Hudson 2012. David Meerman Scott, The New Rules of Marketing & PR, 2011 | | |
| 批改作業 篇數 | 2 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：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。 | | |