

淡江大學 102 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	文化行銷專題	授課 教師	陳玉鈴 CHEN YULIN
	THE SEMINAR OF THE CULTURAL MARKETING		
開課系級	大傳二碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAMXM2A		
系（所）教育目標			
<p>一、培養具文化創意產業分析、企劃與行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具訊息研究與跨媒體創新開發專業之傳播人才。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 倫理道德能力：具備理解傳播相關倫理與社會責任之能力。</p> <p>B. 訊息分析與研究能力：具備系統蒐集、解釋、分析與研究訊息之相關議題。</p> <p>C. 獨立思考能力：具備獨立發掘、分析與解決傳播相關議題之能力。</p> <p>D. 結合理論與實務能力：具備運用傳播理論與研究方法，以執行傳播專案。</p> <p>E. 研發創新能力：具備理解文化創意產業之趨勢與跨媒體創新研發之能力。</p>			
課程簡介	<p>以文化行銷做為課堂關鍵字進行小論與國內外案例分析，同時引導如何將複雜的想法改以簡單的方式表達，如何使簡報與小論產生說服力。故針對整體規劃、文字、圖解、表格、圖表、圖片等面向進行重整與簡化，探討化繁為簡的共通法則，輔助簡報者運用正確觀念，建構具說服力的發表內容。</p>		
	<p>Essays of Cultural Marketing</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	進行小論與國內外案例分析	Discuss and analyze essays	C4	ABCDE

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	進行小論與國內外案例分析	講述、討論、賞析、問題解決	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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◇ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◇ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◇ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◇ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◇ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	102/09/16~ 102/09/22	中秋節調整放假	
2	102/09/23~ 102/09/29	課程大綱	
3	102/09/30~ 102/10/06	Cultural Marketing + Brand Loyalty ; 簡單V.S.整體規劃	
4	102/10/07~ 102/10/13	Cultural Marketing + Consumer Behavior ; 簡單V.S.文字	
5	102/10/14~ 102/10/20	Cultural Marketing + Marketing Universal ; 簡單V.S.視覺化(1)	
6	102/10/21~ 102/10/27	Cultural Marketing + Individual Cultural Values ; 簡單V.S.視覺化(2)	
7	102/10/28~ 102/11/03	Cultural Marketing + Scale Development ; 簡報4P	
8	102/11/04~ 102/11/10	發表1	
9	102/11/11~ 102/11/17	發表2	
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考週	
11	102/11/25~ 102/12/01	Cultural Marketing + Relationship Marketing Orientation ; 分析	
12	102/12/02~ 102/12/08	Cultural Marketing + Branding ; 邏輯圖解	
13	102/12/09~ 102/12/15	Cultural Marketing + Cultural Variations ; 文章圖解	
14	102/12/16~ 102/12/22	Cultural Marketing + Organizational Competitiveness ; 極簡	
15	102/12/23~ 102/12/29	發表1	
16	102/12/30~ 103/01/05	發表2	
17	103/01/06~ 103/01/12	分析 ; 查核V.S.結論	
18	103/01/13~ 103/01/19	期末考週	
修課應注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本			

參考書籍	社会科学系のための「優秀論文」作成術：プロの學術論文から卒論まで / 川崎剛著 視覺溝通的法則：科技趨勢與藝術大師的簡報創意學 / 南西.杜爾特(Nancy Duarte)著；黃怡雪譯 提案王：最能凝聚傳達力的簡報提案與企劃技術 / 住中光夫著；博碩文化編譯. 簡單X簡報：化繁為簡的簡報藝術 / 韓明文著
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：30.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈課堂表現〉：10.0 %
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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。