

淡江大學 102 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	張瑋倫 CHANG WEI-LUN
	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，以建立學生專業素養的能力。</p> <p>二、訓練實務知能：教導資訊傳播學理與實務技能，並透過業界實習與產學合作計畫，以提升學生實務能力。</p> <p>三、開發創意潛能：透過美學的認知與探索，以激發學生創意思考的能力。</p> <p>四、深化專業倫理：教導學生資訊傳播的專業倫理，以培養學生重視社會責任的能力。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理。</p> <p>B. 能分析資訊與解讀資訊意義。</p> <p>C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。</p> <p>D. 能善用美學知識與創造力。</p> <p>E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。</p> <p>F. 能企劃與執行資訊傳播專案。</p>			
課程簡介	<p>本課程著重在兩個部分，第一部份在體驗經濟、互動與體驗行銷的概念，透過個案的介紹讓同學瞭解實務運作方式。第二部分為品牌五感概念，透過五感的邏輯串接品牌，並連結實務個案，使同學能夠對於新的品牌感官行銷有新的認識。</p>		
	<p>This course is divided into two parts. The first part contains the concepts of experience economy, interactive marketing, and experiential marketing. By introducing the cases, students can understand how companies use it. The second part contains the concept of brand sense, including five senses. The practical implications can also connect the theories to benchmarks in the real world.</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	瞭解體驗經濟與體驗行銷概念	Understanding the concepts of experience economy and marketing	C2	BCD
2	瞭解品牌五感概念與應用	Understanding the concepts of brand senses and applications	C3	BCDF
3	培養分析品牌與行銷運用	Developing the skills of analyzing brand and marketing application	C4	BCDEF

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	瞭解體驗經濟與體驗行銷概念	講述、討論、實作	報告、上課表現
2	瞭解品牌五感概念與應用	講述、討論	實作、報告、上課表現
3	培養分析品牌與行銷運用	講述、討論	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	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	103/02/17~ 103/02/23	課程介紹	
2	103/02/24~ 103/03/02	Welcome to Experience Economy	
3	103/03/03~ 103/03/09	Case: Apple Store	
4	103/03/10~ 103/03/16	Avatar-Based Marketing	
5	103/03/17~ 103/03/23	Case: Opening Second Life (http://secondlife.com/)	
6	103/03/24~ 103/03/30	Case: Starbucks (Delivering Customer Experience)	
7	103/03/31~ 103/04/06	教學行政觀摩日	
8	103/04/07~ 103/04/13	The Coming Era of "Brand in the Hand" Marketing	
9	103/04/14~ 103/04/20	Case: Angry Birds	
10	103/04/21~ 103/04/27	期中考試週	
11	103/04/28~ 103/05/04	Case: Cirque du Soleil	
12	103/05/05~ 103/05/11	Brand Sense: An Introduction	

13	103/05/12~ 103/05/18	Brand Sense: Smash Your Brand	
14	103/05/19~ 103/05/25	Brand Sense: Measuring Senses	
15	103/05/26~ 103/06/01	Case: Abercrombie & Fitch	
16	103/06/02~ 103/06/08	分組個案報告 (3人一組)	
17	103/06/09~ 103/06/15	分組個案報告 (3人一組)	
18	103/06/16~ 103/06/22	期末考試週	
修課應 注意事項	1. 第一堂課進行分組, 未到者請退選。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Books: Brand Sense (Martin Lindstrom) and selective articles and cases from Harvard Business School.		
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: 30.0 % ◆平時評量: % ◆期中評量: 30.0 % ◆期末評量: 40.0 % ◆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/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。		