

淡江大學 102 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷傳播概論	授課 教師	黃振家 HUANG JENN-JIA
	INTRODUCTION TO MARKETING		
開課系級	大傳一 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TAMXB1A		
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. 溝通力：具備協調、溝通與團隊合作之能力，以完成「內容產製」與「行銷傳播」之提案。</p> <p>B. 道德力：具備「內容產製」與「行銷傳播」之基本倫理與道德。</p> <p>C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。</p> <p>D. 創造力：具備邏輯思考與創意能力，以發掘、分析及解決「內容產製」與「行銷傳播」相關之議題。</p> <p>E. 行動力：具備結合傳播理論與實務之能力，以完成企劃設計與執行傳播實務。</p>			
課程簡介	<p>本課程主要針對行銷傳播相關原理進行介紹，希冀透過相關課程安排，培養學生對行銷傳播相關領域的興趣，讓學生能夠針對行銷傳播現象進行解析，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 marketing communications and forward their knowledge about the marketing communications. Hence this class is arranged to introduce the basic concepts, methods and instruments about the marketing communications with the real examples. The students also have lots of chances to practice the marketing communications 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	本課程主要針對行銷傳播相關原理進行介紹，希冀透過相關課程安排，培養學生對行銷傳播相關領域的興趣，讓學生能夠針對行銷傳播現象進行解析，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 marketing communications and forward their knowledge about the marketing communications. Hence this class is arranged to introduce the basic concepts, methods and instruments about the marketing communications with the real examples. The students also have lots of chances to practice the marketing communications by the required assignments during the term.	C3	ABCD

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	本課程主要針對行銷傳播相關原理進行介紹，希冀透過相關課程安排，培養學生對行銷傳播相關領域的興趣，讓學生能夠針對行銷傳播現象進行解析，瞭解相關現象背後的理論意涵。	講述、討論、賞析、模擬、參訪、問題解決	紙筆測驗、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	課程導論	
2	103/02/24~ 103/03/02	行銷傳播組合工具 (一) 廣告	
3	103/03/03~ 103/03/09	行銷傳播組合工具 (二) 公共關係	
4	103/03/10~ 103/03/16	行銷傳播組合工具 (三) 促銷	
5	103/03/17~ 103/03/23	行銷傳播組合工具 (四) 直效行銷	
6	103/03/24~ 103/03/30	新興行銷傳播工具	
7	103/03/31~ 103/04/06	教學行政觀摩週	
8	103/04/07~ 103/04/13	生活者：消費行為	
9	103/04/14~ 103/04/20	生活者：閱聽行為	
10	103/04/21~ 103/04/27	期中考試週	
11	103/04/28~ 103/05/04	產品與品牌	
12	103/05/05~ 103/05/11	整合行銷傳播	

13	103/05/12~ 103/05/18	行銷傳播企畫	
14	103/05/19~ 103/05/25	行銷傳播產業與組織	
15	103/05/26~ 103/06/01	行銷傳播環境與趨勢	
16	103/06/02~ 103/06/08	行銷傳播觀念	
17	103/06/09~ 103/06/15	行銷傳播成功個案研析	
18	103/06/16~ 103/06/22	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		劉美琪著 (2004) : 《行銷傳播概論》，台北：雙葉書廊。	
參考書籍		<p>許安琪著 (2001)。《整合行銷傳播引論：全球化與在地化行銷大趨勢》，台北：學富。</p> <p>Don E.Schultz等著，吳怡國、錢大慧、林建宏譯 (2004)。《整合行銷傳播》，台北：滾石文化。</p> <p>Larry Percy著，王鎬、洪敏莉譯 (2000)。《整合行銷傳播策略》，台北：遠流文化。</p> <p>蓋登氏編輯委員會編著(2006)：《年度整合行銷傳播企畫書實作指引》，台北：蓋登氏管理諮詢。</p> <p>Esther Thorson等著，吳宜蓁、李素卿譯 (1999)。《整合行銷傳播》，台北：五南。</p> <p>戴國良著(2009)：《整合行銷傳播》，台北：五南。</p> <p>Don E.Schultz等著，戴至中、袁世珮譯 (2004)。《IMC整合行銷傳播：創造行銷價值、評估投資報酬的五大關鍵步驟》，台北：美商麥格羅·希爾國際股份有限公司台灣分公司。</p> <p>Dawn Lacobucci等合編，陳智文譯 (2007)。《凱洛格管理學院整合行銷理論與實務》，台北：城邦文化。</p> <p>羅文坤著(1986)：《行銷傳播學》，台北：三民。</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： 10.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：30.0 %</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/CS/main.php〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」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>	