

淡江大學 104 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	創意策略與行銷企劃	授課 教師	賴治怡 LAI, CHIH-I
	CREATIVE STRATEGIES AND MARKETING PROPOSAL WRITING		
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	本課程藉經典、最新個創意行銷個案之研究與模仿培養學生自行發展創意行銷策略與個案的能力。本課程為後續個案實作課程之預備課程。		
	The course is designed to give students a complete understanding of the creative strategy development process and an appreciation for the critical role creative strategy plays in marketing campaigns. This course is a required course for follow-up portfolio building courses.		

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	使學生具備完整創意行銷經典與最新個案史及理論架構	To enable students to process a complete knowledge of classical, statue-of-the-art case studies and creative marketing theories.	C4	F

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	使學生具備完整創意行銷經典與最新個案史及理論架構	講述、討論、實作	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	105/02/15~ 105/02/21	課程簡介	
2	105/02/22~ 105/02/28	創新行銷：理論與個案	
3	105/02/29~ 105/03/06	創新行銷：理論與個案	
4	105/03/07~ 105/03/13	創新行銷：理論與個案	
5	105/03/14~ 105/03/20	創新行銷：理論與個案	
6	105/03/21~ 105/03/27	內容行銷：理論與個案	
7	105/03/28~ 105/04/03	內容行銷：理論與個案	
8	105/04/04~ 105/04/10	教學行政觀摩週	
9	105/04/11~ 105/04/17	內容行銷：理論與個案	
10	105/04/18~ 105/04/24	期中考試週	
11	105/04/25~ 105/05/01	內容行銷：理論與個案	
12	105/05/02~ 105/05/08	社會性行銷：理論與個案	

13	105/05/09~ 105/05/15	社會性行銷：理論與個案	
14	105/05/16~ 105/05/22	社會性行銷：理論與個案	
15	105/05/23~ 105/05/29	社會性行銷：理論與個案	
16	105/05/30~ 105/06/05	社會性行銷：理論與個案	
17	105/06/06~ 105/06/12	社會性行銷：理論與個案	
18	105/06/13~ 105/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項	本課程為後續實作課程(數位內容整合專題行銷組)先修課程。建議先修本課程再修習後續實作課程。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本			
參考書籍			
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： % ◆平時評量： % ◆期中評量：40.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈平時表現〉：20.0 %		
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。		