

淡江大學 104 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	文化品牌經營與全球行銷	授課 教師	段鍾沂
	THE CULTURE BRAND MANAGEMENT AND GLOBAL MARKETING		
開課系級	共同科－文 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TGAXB0A		
系（所）教育目標			
<p>一、培養學生成為具人文關懷與科學精神之知識份子。</p> <p>二、培養知識管理與文化創意之人才。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 文創產業知識的應用能力。</p> <p>B. 語文表達能力。</p> <p>C. 歷史詮釋能力。</p> <p>D. 文獻解讀能力。</p> <p>E. 媒體傳播應用能力。</p> <p>F. 美學鑑賞與應用能力。</p> <p>G. 創意思考能力。</p>			
課程簡介	<p>隨著全球環境的演變，數位化帶給各產業的衝擊，課程中將透過經驗案例，分享流行音樂、廣告、品牌、行銷等文化創意產業內容，期許透過課堂內容分享，學生得以具備對文化品牌行銷的敏銳度及思維能力。</p>		
	NO		

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	無	NO	C6	G

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	無	講述、討論、賞析、演講	報告

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/教學方法說明 ■文化、創意與企業的定義說明	
2	105/02/22~ 105/02/28	夢想、愛與勇氣！ ■流行音樂與大眾文化的糾結、衝突及共存 ■流行音樂的社會價值與公眾利益	
3	105/02/29~ 105/03/06	品牌與定位 ■從品牌的意義與價值說明並導入品牌經營的策略與品牌基因的形成 ■定位的功能、價值	
4	105/03/07~ 105/03/13	行銷與經營 ■闡述行銷的定義，分析4P與4C的不同 ■企業經營的目標、策略之案例說明	
5	105/03/14~ 105/03/20	世界品牌與全球行銷 ■從文化的角度	
6	105/03/21~ 105/03/27	世界品牌與世界廣告代理商(一) ■世界品牌的行銷模式 ■廣告代理商的全球發展模式	
7	105/03/28~ 105/04/03	世界品牌與世界廣告代理商(二) ■全球廣告代理產業之過去與未來 ■台灣廣告產業現代化的歷程與演變	
8	105/04/04~ 105/04/10	教學行政觀摩週(停課一次)	
9	105/04/11~ 105/04/17	流行音樂產業的過去、現在與未來 ■從數比到數比對流	
10	105/04/18~ 105/04/24	期中考試週	
11	105/04/25~ 105/05/01	流行音樂科技決定論(一) ■流行音樂的歷史變遷與演進	
12	105/05/02~ 105/05/08	流行音樂科技決定論(二) ■科技決定內容產業的生存與發展 ■從類比到數位，從聲音到影像	
13	105/05/09~ 105/05/15	數位環境下的文化創意產業經營模式(一)	
14	105/05/16~ 105/05/22	數位環境下的文化創意產業經營模式(二)	
15	105/05/23~ 105/05/29	創作分工與權利分享 ■文化創意產業經營的現代化觀念	
16	105/05/30~ 105/06/05	文化創意產業的產銷分工運作模式 ■創作與行銷分工的意義 ■文化產業經紀制度的重要性台灣文化創意產業的策略與方向 ■台灣文化創意產業的發展困境與機會	
17	105/06/06~ 105/06/12	端午節放假	
18	105/06/13~ 105/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項	不得於上課時飲食		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本			

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。