

淡江大學 105 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	新媒體創意行銷	授課 教師	陳玉鈴 CHEN YULIN
	NEW MEDIA CREATIVE MARKETING		
開課系級	大傳二碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAMAM2A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、培養具文化創意產業分析、企劃與行銷專業之傳播人才。 二、訓練具訊息研究與跨媒體創新開發專業之傳播人才。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
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。 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。 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。 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。 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。			
課程簡介	我們已步入了新媒體時代，數字技術、網絡技術、移動技術被廣泛運用，人們通過互聯網、無線通信網、衛星等渠道以及計算機、手機、數字電視機等終端，向目標群體發布信息或提供服務。本課程主要以新媒體做為課堂關鍵字進行案例分析，整合研究之實際案例例如網路形象廣告、APP、粉絲專頁等不同主題，了解各主題之平台特色並進行使用者分析，鎖定新媒體之整合性掌握與相關分析。		
	Essays of Cultural Marketing		

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	了解各主題之平台特色並進行使用者分析，鎖定新媒體之整合性掌握與相關分析	Discuss and analyze essays	C4	B

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	了解各主題之平台特色並進行使用者分析，鎖定新媒體之整合性掌握與相關分析	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	105/09/12~ 105/09/18	中秋節放假	
2	105/09/19~ 105/09/25	課程介紹	
3	105/09/26~ 105/10/02	Youtube廣告特性【城市形象廣告】與量化統計方法【初級資料收集方法】	
4	105/10/03~ 105/10/09	Youtube廣告特性【博館形象廣告】與量化統計方法【資料處理與分析】	
5	105/10/10~ 105/10/16	Youtube廣告特性【大學形象廣告】與量化統計方法【問卷的組成與結構】	
6	105/10/17~ 105/10/23	Youtube廣告特性【文創形象廣告】與量化統計方法【衡量態度的量表】	
7	105/10/24~ 105/10/30	Youtube廣告特性【畢製形象廣告】與量化統計方法【實驗設計】	
8	105/10/31~ 105/11/06	Facebook平台特性【使用者層面】與量化統計方法【實驗環境】	
9	105/11/07~ 105/11/13	Facebook平台特性【內容層面】與量化統計方法【抽樣】	
10	105/11/14~ 105/11/20	Facebook平台特性【品牌層面】與量化統計方法【抽樣方法】	
11	105/11/21~ 105/11/27	Facebook平台特性【對話與互動層面】與量化統計方法【消費者調查】	

12	105/11/28~ 105/12/04	Facebook平台特性【表現形式層面】與量化統計方法【產品調查】	
13	105/12/05~ 105/12/11	web平台特性【WIK平台】與量化統計方法【廣告調查】	
14	105/12/12~ 105/12/18	web平台特性【電子報平台】與量化統計方法【調查報告】	
15	105/12/19~ 105/12/25	app平台特性【Instagram廣告】與量化統計方法【市場調查報告的範例】	
16	105/12/26~ 106/01/01	期末報告(1) & app平台特性【新聞/美食/活動APP】	
17	106/01/02~ 106/01/08	期末報告(2) & 量化統計方法【市場調查實例】	
18	106/01/09~ 106/01/15	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：プロの学術論文から卒論まで / 川崎剛著 贏在新媒體思維：內容、產品、市場及管理的革命 / 陳永東	
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： % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈課堂報告〉：80.0 %	
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。	