

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	公共關係實務	授課 教師	黃振家 HUANG JENN-JIA
	PRACTICES IN PUBLIC RELATIONS		
開課系級	大傳二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAMXB2A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。 二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
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「文化行銷」之提案。 B. 道德力：具備「內容產製」與「文化行銷」之基本倫理與道德。 C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。 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「文化行銷」相關之議題。 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。			
課程簡介	本課程主要針對大二生進行公共關係相關實務演練，希冀透過相關課程設計，藉由單一個案的完全實踐，讓學生能夠整合應用所學習行銷傳播相關理論，為未來公關相關生涯發展進行準備。		
	The main purpose of this class is trying to enforce the students on the public relation ability and review their knowledge about the public relation. Hence this class is arranged to reintroduce the basic concepts and methods about the public relation with the real case. The students also have lots of chances to practice the public relation skills by the required assignments during the term.		

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	本課程主要針對大二生進行公共關係相關實務演練，希冀透過相關課程設計，藉由單一個案的完全實踐，讓學生能夠整合應用所學習行銷傳播相關理論，為未來公關相關生涯發展進行準備。	The main purpose of this class is trying to enforce the students on the public relation ability and review their knowledge about the public relation. Hence this class is arranged to reintroduce the basic concepts and methods about the public relation with the real case. The students also have lots of chances to practice the public relation skills by the required assignments during the term.	A6	ABC

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	本課程主要針對大二生進行公共關係相關實務演練，希冀透過相關課程設計，藉由單一個案的完全實踐，讓學生能夠整合應用所學習行銷傳播相關理論，為未來公關相關生涯發展進行準備。	講述、討論、賞析、模擬、實作、參訪、問題解決	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	106/02/13~ 106/02/19	課程導論：「公共關係實務」之旅	
2	106/02/20~ 106/02/26	個案說明：想做什麼與能做什么	
3	106/02/27~ 106/03/05	個案爭取：誰是「金主」與「貴人」	
4	106/03/06~ 106/03/12	個案確認：理想與現實間掙扎	
5	106/03/13~ 106/03/19	個案研討：公關實務案例說明	
6	106/03/20~ 106/03/26	個案規劃與執行：公共關係的實習、實驗與實踐	
7	106/03/27~ 106/04/02	個案進行方法：公共關係實務取向	
8	106/04/03~ 106/04/09	個案呈現技巧：說什麼	
9	106/04/10~ 106/04/16	個案呈現技巧：怎麼說	
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	個案市場區隔與確定目標對象：誰是溝通對象？	
12	106/05/01~ 106/05/07	個案定位：你是誰？你以為你是誰？你希望你是誰？	

13	106/05/08~ 106/05/14	個案溝通目標：如何從A到B	
14	106/05/15~ 106/05/21	個案溝通內容：溝通什麼？	
15	106/05/22~ 106/05/28	個案執行方案	
16	106/05/29~ 106/06/04	個案執行成效	
17	106/06/05~ 106/06/11	個案提案	
18	106/06/12~ 106/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項	一、每堂課上課遲到超過15分鐘即視同「缺課」。 二、「無故缺席」累計3次，或請假日數超過（含）全學期上課日1/3者，學期成績即計為「不及格」。 三、上課時間不得使用手機、電腦等通訊設備，除非經教師同意或做指定用途。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	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。 Don Cowley主編；Kay Scoria等著；李桂芬譯(1991)：《廣告企劃法》，台北：商周文化。 孔誠志主編；臧國仁等著(1989)：《公關手冊》，台北：商周文化。		
參考書籍	富士全錄著；莊惠琴譯(1991)：《如何提案》，台北：朝陽堂。 肯羅曼等著；莊淑芬譯(1996)：《如何做廣告》，台北：滾石文化。		
批改作業 篇數	6 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： 10.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：40.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆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。		