

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	畢業製作與展演	授課 教師	(多位教師合開) 吳怡國 WU YI-KUO
	GRADUATE PROJECT-INDEPENDENT STUDY AND EXHIBITION		
開課系級	大傳四 B	開課 資料	必修 下學期 3學分
	TAMXB4B		
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「文化行銷」之提案。</p> <p>B. 道德力：具備「內容產製」與「文化行銷」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「文化行銷」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>本課程主要針藉由行銷個案的實際操作，學生需要完整執行提案構想，情境分析，策略規劃，興銷活動，至最後的效益評估與預算執行。讓學生能夠實際操作過往所學習行銷傳播相關知識，而能更實務的了解未來行銷傳播相關工作。</p>		
	<p>The purpose of this course is to enable students to implement a practical field marketing case. Students are required to implement all phases from marketing goal, situational analysis, strategic planning, marketing strategies, to final benefit assessment and budgeting, which will enable students to understand the future marketing profession.</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	本課程主要針藉由行銷個案的實際操作，學生需要完整執行提案構想，情境分析，策略規劃，興銷活動，至最後的效益評估與預算執行。讓學生能夠實際操作過往所學習行銷傳播相關知識，而能更實務的了解未來行銷傳播相關工作。	The purpose of this course is to enable students to implement a practical field marketing case. Students are required to implement all phases from marketing goal, situational analysis, strategic planning, marketing strategies, to final benefit assessment and budgeting, which will enable students to understand the future marketing profession.	A6	ACDE

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	本課程主要針藉由行銷個案的實際操作，學生需要完整執行提案構想，情境分析，策略規劃，興銷活動，至最後的效益評估與預算執行。讓學生能夠實際操作過往所學習行銷傳播相關知識，而能更實務的了解未來行銷傳播相關工作。	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	課程介紹；分組說明與討論	
2	106/02/20~ 106/02/26	繳交文字初稿與討論	
3	106/02/27~ 106/03/05	分組編排討論(一)	
4	106/03/06~ 106/03/12	分組編排討論(二)	
5	106/03/13~ 106/03/19	分組編排討論(三)	
6	106/03/20~ 106/03/26	各組作品分享與討論(一)	
7	106/03/27~ 106/04/02	各組作品分享與討論(二)	
8	106/04/03~ 106/04/09	教學行政觀摩日	
9	106/04/10~ 106/04/16	各組presentation預演(一)	
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	各組presentation預演(二)	
12	106/05/01~ 106/05/07	畢展校外展	

13	106/05/08~ 106/05/14	畢展校內展	
14	106/05/15~ 106/05/21	畢展成效與討論	
15	106/05/22~ 106/05/28	畢業考試週	
16	106/05/29~ 106/06/04	---	
17	106/06/05~ 106/06/11	---	
18	106/06/12~ 106/06/18	---	
修課應 注意事項	<p>一、每堂課上課遲到超過15分鐘即視同「缺課」。</p> <p>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」。</p> <p>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。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Textbook: Marketing Management, Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 14th edition, Prentice Hall, 2012. /行銷管理學, 編譯: 駱少康, 東華書局, 2012. 凱絡媒體周報與各種提案報告		
參考書籍	提案報告		
批改作業 篇數	12 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：30.0 %    ◆期中評量：    %</p> <p>◆期末評量：60.0 %</p> <p>◆其他〈 〉：    %</p>		
備 考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：<a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁〈網址：<a href="http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a>〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」進入。</p> <p><b>※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。</b></p>		