

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	跨媒體行銷企劃	授課 教師	任家緯 JEN, CHIA-WEI
	CROSS MEDIA MARKETING PLANNING		
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>為什麼海水這麼鹹？因為魚都在海裡洗澡。 這當然不是事實。但是，對人來說，事實不重要，故事才重要。 為什麼大人總是禁止年輕人？因為他們總覺得年輕人會毀了這個世界。 這當然不是事實。但是，人總是用偏見看世界。 故事才能跨媒體、偏見才能跨媒體。故事與偏見可說是行銷企劃最強密技。 更多企劃密技，等你來鍛鍊。</p>		
	<p>Why the ocean is salty? This is because the fishes bath in the ocean. It's not true, but truth is not what people want. They want stories. Why the adults always forbid the youth? This is because they afraid that the youth would destroy the world. It's not true, but people always see things with bias. Only stories and biases can spread across media. They are the most powerful tools you can use in your marketing proposal. More tools await you to be learned.</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	行銷企劃案	proposal of cross-media marketing	P6	ABEG
2	行為經濟學	Behavioral economics	C3	ADE
3	說故事技巧	Skills of story telling	P6	ABEG

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	行銷企劃案	講述、討論、實作	實作
2	行為經濟學	講述	報告、上課表現
3	說故事技巧	講述、賞析、實作	實作、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	106/02/13~ 106/02/19	海水為什麼鹹？因為魚都在海裡洗澡 / 故事比事實重要	企劃實作、三幕劇、希臘戲劇理論、意志論
2	106/02/20~ 106/02/26	有時候，什麼事也不想做，只想要懶 / 從媒體起源到網路直播主	表演論、實用主義、熱媒理論
3	106/02/27~ 106/03/05	小心！太努力的話，你以後會變得很囉嗦 / 剖析當代螢幕角色形象I	企劃實作、商業電影導演手法、通俗文學、類型文學
4	106/03/06~ 106/03/12	創作並不是自由發揮，而是要保衛自己所認同的風格 / 剖析當代螢幕角色形象II	企劃實作、商業電影導演手法、通俗文學、類型文學
5	106/03/13~ 106/03/19	如果沒有創意，就花錢去買 / 版權代理與影視產製	企劃實作、智慧財產、改編權、資本主義、全球化
6	106/03/20~ 106/03/26	人為了花錢，藉口真是五花八門 / 消費社會與資本主義I	心理物理量、定價研究、問卷設計
7	106/03/27~ 106/04/02	對面的對面的對面還是對面 / 全球電影產製企劃手法	藝術片、作者論、各國影視政策
8	106/04/03~ 106/04/09	教學觀摩週	
9	106/04/10~ 106/04/16	大人總覺得年輕人會毀了這個世界 / 意識形態與行銷企劃	企劃實作、左派、右派、國富論、社會契約論
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	

11	106/04/24~ 106/04/30	沒有冒險的人生，就像是少了臭味的臭豆腐 / 消費社會與資本主義II	企劃實作、行為經濟學
12	106/05/01~ 106/05/07	在異性眼中，我們也是異性 / 性別差異與行銷	演化論、人類學
13	106/05/08~ 106/05/14	愛狗的人不會覺得狗臭 / 消費社會與資本主義III	行為經濟學
14	106/05/15~ 106/05/21	會咬吸管的人，心裡還住著小孩 / 消費社會與資本主義IV	
15	106/05/22~ 106/05/28	文創閩台班參加兩岸文創論壇 / 教室暫調覺生國際會議廳	
16	106/05/29~ 106/06/04	行銷企劃案指導與建議	企劃實作
17	106/06/05~ 106/06/11	行銷企劃案講評	
18	106/06/12~ 106/06/18	期末考試週	
修課應注意事項			
教學設備	電腦、投影機		
教材課本			
參考書籍			
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：10.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈課堂參與〉：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。		