

淡江大學 106 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	跨媒體行銷企劃	授課 教師	何月妃 HO, YUEH-FEI
	CROSS MEDIA MARKETING PLANNING		
開課系級	大傳三A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAMXB3A		
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>本課程提供同學對整合行銷企劃的基礎與實作知識。課程的設計主要協助同學：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 建立理解跨媒體行銷的不同觀點； 2. 獲取包含行銷個案與策略觀點的行銷學原理； 3. 了解整合行銷產品溝通的不同工具。 		
	<p>The course provides a foundation on integrated marketing communications and practical knowledge. The class is designed to help students: 1. develop to understand different aspects related to cross-media marketing; 2. gain knowledge of marketing principles which include cases and an interesting marketing strategic perspective; 3. understand different communication tools for cross media production.</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	同學修習完本課程後將能夠： 1. 對於跨媒體創造、產製與傳播在不同科技與平台的全面性理解； 2. 對於不同傳播平台之間有關的相互性與擴展性有了解的能力； 3. 有能力設計與執行跨媒體的行銷企劃。	Upon completion, the student should be able to: 1. Have a thorough understanding of different technologies and platforms required for the creation, production and distribution of cross-media content. 2. Understand aspects related to interoperability and scalability between different media platforms. 3. have abilities to design and implement marketing plans for corss-media.	C3	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	同學修習完本課程後將能夠： 1. 對於跨媒體創造、產製與傳播在不同科技與平台的全面性理解； 2. 對於不同傳播平台之間有關的相互性與擴展性有了解的能力； 3. 有能力設計與執行跨媒體的行銷企劃。	講述、討論、模擬、實作	紙筆測驗、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	106/09/18~ 106/09/24	課程簡介	
2	106/09/25~ 106/10/01	教師節	
3	106/10/02~ 106/10/08	行銷的原理	
4	106/10/09~ 106/10/15	4P的定義	
5	106/10/16~ 106/10/22	新舊媒體的探討	
6	106/10/23~ 106/10/29	專題講座-跨媒體行銷的昨日、今日與未來	
7	106/10/30~ 106/11/05	臉書的經營	
8	106/11/06~ 106/11/12	Line的傳播功效	
9	106/11/13~ 106/11/19	網路直播的崛起	
10	106/11/20~ 106/11/26	期中考試週	
11	106/11/27~ 106/12/03	專題講座-公民新聞的緣起與行銷策略	
12	106/12/04~ 106/12/10	新聞媒體與行銷	

13	106/12/11~ 106/12/17	行銷企劃的撰寫	
14	106/12/18~ 106/12/24	行銷企劃的成本管控	
15	106/12/25~ 106/12/31	行銷企劃的執行	
16	107/01/01~ 107/01/07	跨媒體行銷的未來發展	
17	107/01/08~ 107/01/14	期末報告	
18	107/01/15~ 107/01/21	期末考試週	
修課應 注意事項	無		
教學設備	電腦		
教材課本	自編講義		
參考書籍	Philip Kotler & Gary Armstrong (2008). Principles of Marketing (12e). 東華書局		
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： 20.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：50.0 % ◆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。		