

淡江大學 106 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	畢業製作與展演	授課 教師	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 上學期 3學分
	TAMXB4B		
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	本課程主要針對大四生進行行銷傳播相關專題製作與展演，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以往所學習行銷傳播相關理論，為未來行銷傳播相關生涯發展進行準備。		
	The main purpose of this class is trying to enforce the students on the marketing communications ability and review their knowledge about the marketing communications. Hence this class is arranged to reintroduce the basic concepts, methods and reinstruments about the marketing communications with the real case. The students also have lots of chances to practice the marketing communications 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	本課程主要針對大四生進行行銷傳播相關專題製作與展演，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以往所學習行銷傳播相關理論，為未來行銷傳播相關生涯發展進行準備。	The main purpose of this class is trying to cultivate students on the marketing communications ability and review their knowledge about the marketing communications. Hence this class is arranged to reintroduce the basic concepts, methods and reinstruments about the marketing communications with the real case. The students also have lots of chances to practice the marketing communications skills by the required assignments during the term.	C6	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	本課程主要針對大四生進行行銷傳播相關專題製作與展演，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以往所學習行銷傳播相關理論，為未來行銷傳播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	106/09/18~ 106/09/24	課程導論：「畢業與製作」之旅	
2	106/09/25~ 106/10/01	個案說明：想做什麼與能做什麼	
3	106/10/02~ 106/10/08	個案爭取：誰是「金主」與「貴人」	
4	106/10/09~ 106/10/15	個案確認：理想與現實間掙扎	
5	106/10/16~ 106/10/22	個案認識：個案的過去、現在與未來	
6	106/10/23~ 106/10/29	個案規劃與執行：行銷傳播的實習、實驗與實踐	
7	106/10/30~ 106/11/05	個案進行方法：廣告取向、公關取向	
8	106/11/06~ 106/11/12	個案呈現技巧：說什麼	
9	106/11/13~ 106/11/19	個案呈現技巧：怎麼說	
10	106/11/20~ 106/11/26	期中考試週	
11	106/11/27~ 106/12/03	個案市場區隔與確定目標對象：誰是溝通對象？	
12	106/12/04~ 106/12/10	個案定位：你是誰？你以為你是誰？你希望你是誰？	

13	106/12/11~ 106/12/17	個案溝通目標：如何從A到B	
14	106/12/18~ 106/12/24	個案溝通內容：溝通什麼？	
15	106/12/25~ 106/12/31	個案溝通方法：如何溝通？	
16	107/01/01~ 107/01/07	個案溝通工具：用什麼工具溝通？	
17	107/01/08~ 107/01/14	個案效益評估	
18	107/01/15~ 107/01/21	期末考試週	
修課應 注意事項		畢業作品行銷專題之拍攝與製作，將會牽涉到廠商之品牌專利、肖像權、音樂版權等與智慧財產權有關之素材使用方法的教導。 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：40.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈團隊合作與分工〉：10.0 %	
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。	