

淡江大學 106 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷傳播概論	授課 教師	何月妃 HO, YUEH-FEI
	INTRODUCTION TO MARKETING		
開課系級	大傳一 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TAMXB1A		
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>本課程主要提供同學深入理解行銷傳播策略決定的原因與考量。為了達成課程目標，修課的同學首先需明白傳播產業與人際傳播與說服的基礎要件，本課程也將聚焦在有效行銷傳播計畫的建立與對品牌管理的經營。</p>		
	<p>The objective of this course aims to provide an overview of the components and considerations involved in marketing communication strategy decisions. In order to accomplish these goals, one must first understand the media industry, and the fundamentals of interpersonal communication and persuasion. We will focus on the strategy side of developing an effective marketing communications plan; emphasizing tools for developing communication and promotional ideas that remain “on brand.”</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	1. 了解行銷的藝術與科學 2. 熟悉行銷的理論與如何應用 3. 深入理解國際市場的改變	1. To learn the science and the art of marketing 2. To become familiar with basic marketing theories and how to apply them 3. A better understanding of what the global market changes	C3	ABCD

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	1. 了解行銷的藝術與科學 2. 熟悉行銷的理論與如何應用 3. 深入理解國際市場的改變	講述、討論、模擬、實作、問題解決	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	107/02/26~ 107/03/04	Overview of course	
2	107/03/05~ 107/03/11	Course Description	分組名單上傳
3	107/03/12~ 107/03/18	Overview of integrated marketing communication	case study: 85度C在 北美的行銷策略
4	107/03/19~ 107/03/25	Advertising	Case study: Pepsi的廣 告策略
5	107/03/26~ 107/04/01	Advertising and personal selling	case study: McDonald的全球廣告策 略
6	107/04/02~ 107/04/08	清明節	不上課
7	107/04/09~ 107/04/15	Perspectives on customers behavior	case study: Starbucks的體驗行銷
8	107/04/16~ 107/04/22	Personal selling	
9	107/04/23~ 107/04/29	Review	case study: personal selling的觀察報告
10	107/04/30~ 107/05/06	期中考試週	
11	107/05/07~ 107/05/13	Sales promotions	

12	107/05/14~ 107/05/20	Public relations	Case: Super bowl
13	107/05/21~ 107/05/27	Direct market	
14	107/05/28~ 107/06/03	the powerful social network	
15	107/06/04~ 107/06/10	newer media form	
16	107/06/11~ 107/06/17	Promotional Campaign Presentations	
17	107/06/18~ 107/06/24	Promotional Campaign Presentations	組員自評
18	107/06/25~ 107/07/01	期末考試週	
修課應 注意事項	無		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Advertising and promotion- An integrated marketing communication perspective (11th), 2018. George E. Belch, Michael A. Belch. McGraw-Hill Education		
參考書籍			
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：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。		