

淡江大學 107 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	蔡蕙如 TSAI, HUI-JU
	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			
<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>畢業製作與展演是為期一年的課程與實作，這門課將是大眾傳播學系應屆畢業生，畢業前夕的最終挑戰之一。學生們將運用大學四年來所學到的各種理論知識、所體驗的各種實作經驗與實習歷練、所反思的各種傳播文化現象與發展，將其心力與創意，於此課程中完全展現。</p>		
	<p>All students come into this course with some basic knowledge concerning marketing communication and skills. Students have to develop their own project for marketing practices such as advertising and personal selling. However, this module will bring additional knowledge such as social marketing, cross-media marketing, advertising, public relations, sponsorship, personal selling, direct marketing and the internet.</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	在學習與實作過程中擴展觀察/理解/分析/掌握傳播與文化產業的各種能力與工具。透行銷活動企劃的規劃等方式，使同學在這一年的行銷活動企劃規劃過程，以及明年的畢業製作展，將可展現過去三年來的學習成果，為即將畢業的下個階段做準備。	It provides the knowledge and skills that enable students to understand marketing communications and brand support activities within organisations.	P3	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	在學習與實作過程中擴展觀察/理解/分析/掌握傳播與文化產業的各種能力與工具。透行銷活動企劃的規劃等方式，使同學在這一年的行銷活動企劃規劃過程，以及明年的畢業製作展，將可展現過去三年來的學習成果，為即將畢業的下個階段做準備。	講述、討論、實作、問題解決	實作、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	107/09/10~ 107/09/16	課程內容與上課方式介紹，各組進度報告與介紹。	Stage1: 認識企畫書撰寫結構
2	107/09/17~ 107/09/23	行銷的二三事?! 分析今年他校與本校的畢展的優劣。各組進度報告: 主題確認與初步主題調查(1)	
3	107/09/24~ 107/09/30	什麼是好的企劃書-1。各組進度報告: 主題確認與初步主題調查(2)	
4	107/10/01~ 107/10/07	演講: 草根行銷 各組進度報告: 主題確認與初步主題調查(3)	
5	107/10/08~ 107/10/14	國慶紀念日(放假一天)	
6	107/10/15~ 107/10/21	什麼是好的企劃書-2。各組進度報告: 企劃書提案、年度規劃與實體行銷活動(1)	Stage 2: 確認合作對象與主題, 並且完成簽約
7	107/10/22~ 107/10/28	有關產品定位、市場定位、傳播定位。各組進度報告: 企劃書提案、年度規劃與實體行銷活動(2)	
8	107/10/29~ 107/11/04	跨媒體行銷-1: 社群媒體、粉絲、小編經濟學。各組進度報告: 年度規劃與實體行銷活動(3)	
9	107/11/05~ 107/11/11	跨媒體行銷-2: 網路口碑傳播、群眾募資、從網路到體驗經驗。各組進度報告: 年度規劃與實體行銷活動(4)	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	策展力VS行銷力 活動企劃與跨媒體行銷1, 各組進度報告。	Stage 3: 活動策畫與主辦(w9-w14 可舉辦活動)

12	107/11/26~ 107/12/02	策展力VS行銷力 活動企劃與跨媒體行銷2, 各組進度報告。	
13	107/12/03~ 107/12/09	創造力VS行銷力 親身行銷：TED行銷術-1, 各組進度報告。	
14	107/12/10~ 107/12/16	活動舉辦後的檢討與反省。各組進度報告。	
15	107/12/17~ 107/12/23	有關行銷的幾點倫理討論。紀錄片欣賞與討論：什麼是好行銷?	Stage 4：完成企畫書，期末評比
16	107/12/24~ 107/12/30	演講。企劃書presentation業界評比 (演講, 以及邀請廣告行銷業界工作者來評比給意見)。	
17	107/12/31~ 108/01/06	演講。企劃書presentation業界評比 (演講, 以及邀請廣告行銷業界工作者來評比給意見)。	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>除授課者逐週準備材料及參與講述，課程參與者應該完成以下四階段工作：</p> <p>Stage 1: w1-w4 認識企畫書撰寫結構 第一次課堂分組報告：分析今年畢展行銷組內容與形式</p> <p>Stage 2: W5-W8：確認合作對象與主題，並且完成簽約 完成簽約與初步年度企劃書規劃</p> <p>Stage 3: W9-W12：活動策畫與主辦 (w9-w13 可舉辦活動) 完成活動策畫與舉辦</p> <p>Stage 4: W13-W16：完成企畫書，期末評比 企劃口頭報告評比、繳交企劃書紙本</p> <p>個人平時表現30%(包括出席次數、分組表現)</p> <p>分組進度 70% (包括：行銷主題確認後的相關調查、上學期至少1-2次的行銷實體活動規畫與實踐、跨媒體行銷的策略與實踐等)</p> <p>分組表現 (70%)：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 分組報告一(10%) (2) 行銷主題確認後的相關調查 20% (3) 上學期至少1-2次的行銷實體活動規畫與實踐30% (4) 期末企劃書口頭報告30% (5) 期末企劃書書面報告30% <p>附註：大傳系上課規範 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。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	由參考教材編制。		

參考書籍	<p>行銷4.0：新虛實融合時代贏得顧客的全思維 中文書，伊萬·塞提亞宛 菲利浦·科特勒 陳就學 劉盈君，天下雜誌，出版日期：2017-10-25</p> <p>勾癮：創造品牌幻想，從心理學與腦神經科學解構行銷創意，觸發消費渴望 中文書，達瑞·韋伯 戴至中，寶鼎，出版日期：2017-07-06</p> <p>整合行銷傳播理論與實務 中文書，王全裕，揚智，出版日期：2015-11-01</p> <p>整合行銷傳播：全方位架構與本土實務案例(4版) 中文書，戴國良，五南，出版日期：2017-09-25</p> <p>Humanistic Marketing R. Varey Palgrave Macmillan (2013)</p> <p>偉大廣告公司 中文書，張阿茂 煎餅，天下文化，出版日期：2015-03-25</p> <p>孫大偉的菜尾與初衷 中文書，孫大偉，自轉星球文化，出版日期：2009-04-09</p>
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	<p>◆出席率： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量： %</p> <p>◆期末評量： %</p> <p>◆其他〈心得作業、口頭報告、分組報告、期末報告〉：80.0 %</p>
備 考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>