

淡江大學 107 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷傳播專題	授課 教師	蔡蕙如 TSAI, HUI-JU
	PRO-SEMINAR FOR MARKETING COMMUNICATION		
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>透過行銷理論與策略的分析架構，以及多元的文化與傳播行銷案例，鼓勵學生批判性地分析行銷框架，並討論替代選擇方案。進一步分系行銷問題，並讓學生討論圍繞這些問題的核心，包括潛在的原因和數位時代下的影響，而非提出制式的解決方案。</p>		
	<p>This module provides theoretical, research and practical training in areas of mass culture, new consumer society and marketing communication. It focuses on rapidly developing issues surrounding global communications and rehumanising marketing.</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		This module is cutting edge perspectives from both academics and practitioners. It presents an up-to-date overview and analysis of developments in all areas of marketing communication. It also encourages students to Look at the changes to communication and consumer responses brought about by new technologies.	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		講述、討論、模擬、實作、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	108/02/18~ 108/02/24	課程介紹	
2	108/02/25~ 108/03/03	行銷傳播學基本概念總回顧-1	
3	108/03/04~ 108/03/10	行銷傳播學基本概念總回顧-2	
4	108/03/11~ 108/03/17	整合行銷傳播-1	
5	108/03/18~ 108/03/24	整合行銷傳播-2	
6	108/03/25~ 108/03/31	行銷傳播的新方法1：大眾傳播研究的過去，現在和未來趨勢	
7	108/04/01~ 108/04/07	行銷傳播的新方法2：The 21st Century Consumer Society	
8	108/04/08~ 108/04/14	行銷傳播的新方法3：新興全球市場的行銷傳播趨勢 (多補課一小時)	
9	108/04/15~ 108/04/21	行銷傳播技術的發展 1：電視廣告的未來 (多補課一小時)	
10	108/04/22~ 108/04/28	期中考試週	
11	108/04/29~ 108/05/05	行銷傳播技術的發展 2：數位營銷和傳播技術的作用	
12	108/05/06~ 108/05/12	當代行銷傳播專題分析(1)	

13	108/05/13~ 108/05/19	當代行銷傳播專題分析(2)	
14	108/05/20~ 108/05/26	停課, 將於4/9 和4/16 各補課1小時	
15	108/05/27~ 108/06/02	重新思考行銷傳播方式: Identity in Marketing Communications: An Ethics of Visual Representation	
16	108/06/03~ 108/06/09	分組行銷案例分析與報告1	
17	108/06/10~ 108/06/16	分組行銷案例分析與報告2	
18	108/06/17~ 108/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	點名未到三次即扣學期總成績30%		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	行銷學(13版) Armstrong/Marketing: An Introduction ( Gary Armstrong, Philip Kotler ) 譯者: 李元恕, 丁美靜, 王郁彬 華泰文化 2018/02/26 行銷學: 精華理論與本土案例 作者: 戴國良 五南 2018/04/10		
參考書籍	Introduction to Marketing Theory and Practice (Third Edition) Adrian Palmer 行銷學原理: 亞洲觀點 1/e 作者: Kotler 新功能介紹 譯者: 葛維鈞 出版社: 東華		
批改作業 篇數	4 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: % ◆期末評量: % ◆其他〈心得作業、口頭報告、分組報告、期末報告〉: 60.0 %		
備考	「教學計畫表管理系統」網址: <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址: <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a> 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」進入。 <b>※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。</b>		