

淡江大學 107 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	社會行銷專題	授課 教師	馬雨沛 YU-PEI MA
	SOCIAL MARKETING PROJECT		
開課系級	大傳一碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TAMAM1A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、培養具文化創意產業分析、企劃與行銷專業之傳播人才。 二、訓練具訊息研究與跨媒體創新開發專業之傳播人才。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 倫理道德能力：具備理解傳播相關倫理與社會責任之能力。 B. 訊息分析與研究能力：具備系統蒐集、解釋、分析與研究訊息之相關議題。 C. 獨立思考能力：具備獨立發掘、分析與解決傳播相關議題之能力。 D. 結合理論與實務能力：具備運用傳播理論與研究方法，以執行傳播專案。 E. 研發創新能力：具備理解文化創意產業之趨勢與跨媒體創新研發之能力。			
課程簡介	社會行銷係使用行銷原則與技術影響社會的想法與行為，以期改進生活品質、促進人類福祉。本課程將介紹社會行銷之理論、方法與過程，並將藉由案例分析，講座與價值澄清等批判反思運作，探究社會行銷之應用與核心。		
	this course focuese on the concept, contruct and theoretical perspective of social marketing.		

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	社會行銷係使用行銷原則與技術影響社會的想法與行為，以期改進生活品質、促進人類福祉。本課程將介紹社會行銷之理論、方法與過程，並將藉由案例分析，講座與價值澄清等批判反思運作，探究社會行銷之應用與核心。	this course focuese on the concept, contract and theoretical perspective of social marketing.	A5	ABCDE

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	社會行銷係使用行銷原則與技術影響社會的想法與行為，以期改進生活品質、促進人類福祉。本課程將介紹社會行銷之理論、方法與過程，並將藉由案例分析，講座與價值澄清等批判反思運作，探究社會行銷之應用與核心。	講述、討論、賞析、參訪	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	Part1:何為社會行銷? 社會行銷的步驟與策略	
2	108/02/25~ 108/03/03	228連假, 補課日為4/23(二)13:00-16:00景美人權博物館參訪:人權70讚出來	
3	108/03/04~ 108/03/10	Part1:何為社會行銷? 社會行銷的環境分析、目標對象行為分析	
4	108/03/11~ 108/03/17	Part1:何為社會行銷?發展社會行銷策略:產品、價格、通路、推廣	
5	108/03/18~ 108/03/24	Part1:何為社會行銷?社會行銷計畫的控管、計畫的執行與道德的抉擇	
6	108/03/25~ 108/03/31	教學觀摩周	
7	108/04/01~ 108/04/07	Part2: 健康傳播與行銷之應用	
8	108/04/08~ 108/04/14	Part2: 健康傳播與行銷之應用	
9	108/04/15~ 108/04/21	Part2: 健康傳播與行銷之應用	
10	108/04/22~ 108/04/28	Part3: 文化與跨文化行銷--講座 新北市觀傳局張其強局長	
11	108/04/29~ 108/05/05	Part3: 文化與跨文化行銷	
12	108/05/06~ 108/05/12	Part3: 文化與跨文化行銷	繳交期末作業提案

13	108/05/13~ 108/05/19	Part4: 政策行銷	
14	108/05/20~ 108/05/26	Part4: 政策行銷	
15	108/05/27~ 108/06/02	Part4: 政策行銷--講座	
16	108/06/03~ 108/06/09	Part5: 社會企業行銷策略	
17	108/06/10~ 108/06/16	Part5: 社會企業行銷策略	
18	108/06/17~ 108/06/23	期末報告與綜合討論(理念行銷vs行銷技能)	
修課應 注意事項	、103學年度第1學期第4次系務會議中明訂大傳系上課規範 1、每堂課上課遲到超過15分鐘即視同「缺課」。 2、「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」。 3、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		
教材課本			
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： 10.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆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。		