

淡江大學 108 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	跨媒體行銷傳播	授課 教師	蔡蕙如 TSAI, HUI-JU
	CROSS MEDIA MARKETING COMMUNICATION		
開課系級	大傳二碩士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TAMAM2A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、培養具文化創意產業分析、企劃與行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具訊息研究與跨媒體創新開發專業之傳播人才。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>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。(比重：10.00)</p> <p>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。(比重：20.00)</p> <p>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。(比重：20.00)</p> <p>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。(比重：30.00)</p> <p>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。(比重：20.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>2. 資訊運用。(比重：50.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：20.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程將以「翻轉行銷：傳統行銷的侷限與創新」為主軸，以多元傳播與文化理論實踐，協助學生以深厚的理論基礎與人文素養關懷，練習多元媒體行銷工具，並獨立提案設計，與地方文化組織與公益團體合作，發展創新多元傳播行銷的可能性。更進一步介紹與發展在多元媒體管道的匯流的時代下，更具有進步價值與公共意涵的行銷模式。</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>		

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	本課程希冀同學在學習過程中得以擴展觀察/理解/分析當代行銷傳播問題與現況,並透過結構與內容的問題,進行深度探討。透過課堂討論、小組報告、心得反思等方式,使同學面對未來多變的行銷傳播環境,更能見微知著、掌握關鍵。	The aim of this module is to examine the theories, principles and practice of humanistic marketing communications in light of this dynamic society.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABCDE	2345	講述、討論、發表、體驗	作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	108/09/09~ 108/09/15	課程內容與上課方式介紹, 導讀責任分配	
2	108/09/16~ 108/09/22	紀錄片觀賞與討論: 大眾媒體、閱聽人、行銷、與說服	
3	108/09/23~ 108/09/29	大眾文化研究: 文化工業的啟蒙與欺瞞	
4	108/09/30~ 108/10/06	氛圍、空間與行銷	
5	108/10/07~ 108/10/13	廣告與行銷	
6	108/10/14~ 108/10/20	文化消費理論、日常消費與行銷	
7	108/10/21~ 108/10/27	迷群經濟與行銷	
8	108/10/28~ 108/11/03	群眾募資與行銷	
9	108/11/04~ 108/11/10	社會企業與行銷	
10	108/11/11~ 108/11/17	期中報告	

11	108/11/18~ 108/11/24	社群媒體行銷1	
12	108/11/25~ 108/12/01	社群媒體行銷2	
13	108/12/02~ 108/12/08	親身行銷：TED行銷術-1	
14	108/12/09~ 108/12/15	親身行銷：TED行銷術-2	
15	108/12/16~ 108/12/22	人本行銷1	
16	108/12/23~ 108/12/29	人本行銷2	
17	108/12/30~ 109/01/05	期末報告1	
18	109/01/06~ 109/01/12	期末報告2	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		Humanistic Marketing R. Varey Palgrave Macmillan 2014	
參考文獻		《小數據獵人：發現大數據看不見的小細節，從消費欲望到行為分析，創造品牌商機》Martin Lindstrom著；溫力秦，戴至中譯 2017	
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： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈〈期中報告、心得報告、口頭報告、期末報告〉〉：70.0 %	
備考		「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。	