

淡江大學 108 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	何月妃 HO, YUEH-FEI
	PRO-SEMINAR FOR MARKETING COMMUNICATION		
開課系級	大傳三A	開課 資料	實體課程 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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<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。(比重：30.00)</p> <p>C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。(比重：10.00)</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。(比重：30.00)</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。(比重：30.00)</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：30.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：30.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程著重行銷傳播策略的角色以明白顧客的價值如何被創造，課程將介紹故事行銷、口碑行銷、病毒行銷、社會網絡行銷與移動通訊行銷為議題主軸。同時，本課程也將介紹科技傳播設備如何提供多元傳播環境理論應用與問題解決的途徑。</p>		
	<p>The course focuses on the role of marketing communication program as creating value for customers. Emphasis is placed on story marketing, word of mouth marketing, viral marketing, social media marketing, experiential marketing and mobile marketing. At the same time, the course will focus on electronic commerce and the internet to provide a mix of theory and hands-on problem solving to a variety of marketing issues.</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	課程將以個案與理論討論引導同學了解多元的行銷傳播策略, 且藉由指定閱讀的期刊與書籍讓同學進一步理解行銷傳播的執行考量。	The course will use case discussion and a theory discussion to provide an overview of multiple marketing communication strategies. It is critical that students should read the assigned journals or books before you come to class.
2	本課程旨在介紹行銷傳播的領與其行銷環境中的角色地位。課程著重於在時間與成本的考量下, 傳播目的、行銷定位與目標消費者的理解。	This course introduces the student to the field of marketing communications and its role in the marketing mix. Emphasis is placed on understanding the role for advertising and other promotional tools in the IMC program of an organization to achieve effective marketing campaigns based on clear objectives, market segmentation and target marketing, within established time and cost parameters.

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	ADE	257	講述、討論、實作	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	ACDE	2578	講述、討論、發表、實作	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	109/03/02~ 109/03/08	課程介紹	
2	109/03/09~ 109/03/15	品牌價值	
3	109/03/16~ 109/03/22	認識行銷傳播的種類與操作	
4	109/03/23~ 109/03/29	第一次組報告	
5	109/03/30~ 109/04/05	彈性放假	
6	109/04/06~ 109/04/12	廣告	
7	109/04/13~ 109/04/19	微電影行銷	

8	109/04/20~ 109/04/26	第二次組報告(補課1小時, 從1200-1250)	
9	109/04/27~ 109/05/03	期中考試週	
10	109/05/04~ 109/05/10	電影欣賞(補課1小時, 從1200-1250)	
11	109/05/11~ 109/05/17	體驗行銷	
12	109/05/18~ 109/05/24	線上教學(6/26的課程調整於5/16進行線上同步教學)	
13	109/05/25~ 109/05/31	故事行銷	
14	109/06/01~ 109/06/07	數位行銷製作與執行	
15	109/06/08~ 109/06/14	期末報告	
16	109/06/15~ 109/06/21	期末報告	
17	109/06/22~ 109/06/28	期末考試週(本學期期末考試日期 為:109/6/18-109/6/24)	
18	109/06/29~ 109/07/05	教師彈性補充教學: 5/16進行線上同步教學	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材			
參考文獻		1. 行銷短視症, 李維特著, 參看「引爆行銷想像力」, 遠流出版 讓口碑成為行銷幫手, EMBA174期 Sorry, 我把市場變大了, EMBA151期	
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: 30.0 % ◆期中評量: % ◆期末評量: 50.0 % ◆其他〈 〉: %	
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。	