

淡江大學 108 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	實體課程 選修 單學期 3學分
	TAMAM1A		
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>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。</p>		
	<p>this course focuses on the concept, construct and theoretical perspective of social 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	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, construct and theoretical perspective of social marketing.
2	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 focuses on the concept, construct and theoretical perspective of social marketing
3	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 focused on the concept, construct and theoretical perspective of social marketing.

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	情意	ABCDE	2345	講述、討論、發表、實作	作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
2	情意	ABCDE	2345	講述、討論、發表	作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、活動參與
3	認知	ABCDE	2345	講述、討論、發表	作業、討論(含課堂、線上)、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	109/03/02~109/03/08	Part1:何為社會行銷? 社會行銷的步驟與策略	課堂作業:新冠肺炎與健康傳播

2	109/03/09~ 109/03/15	Part1:何為社會行銷? 社會行銷的環境分析	
3	109/03/16~ 109/03/22	Part1:何為社會行銷? 目標對象行為分析	課堂作業:捐血的目標對象分析
4	109/03/23~ 109/03/29	Part1:何為社會行銷?發展社會行銷策略:產品、價格、通路、推廣	
5	109/03/30~ 109/04/05	清明連假	
6	109/04/06~ 109/04/12	Part1:何為社會行銷?發展社會行銷策略:產品、價格、通路、推廣	
7	109/04/13~ 109/04/19	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	
8	109/04/20~ 109/04/26	Part2: 政策行銷之論文評析/個案討論	
9	109/04/27~ 109/05/03	期中考	繳交期末作業提案
10	109/05/04~ 109/05/10	Part2: 政策行銷之講座 新北市觀旅局張其強局長(或參訪觀旅局)	
11	109/05/11~ 109/05/17	Part3: 健康傳播與行銷應用之論文評析/個案討論	
12	109/05/18~ 109/05/24	Part3: 健康傳播與行銷應用之講座 反毒大計	
13	109/05/25~ 109/05/31	Part4: 文化與跨文化行銷之論文評析/個案討論	
14	109/06/01~ 109/06/07	參訪(地點確認中)	EZtravel易遊網陳甫彥 董事長
15	109/06/08~ 109/06/14	Part5:社會企業行銷策略之論文評析/個案討論	
16	109/06/15~ 109/06/21	期末報告與綜合討論	
17	109/06/22~ 109/06/28	端午連假, 移至6/69am-13pm參訪: 「看見。齊柏林基金會」	
18	109/06/29~ 109/07/05	教師彈性補充教學: 修課同學為「看見。齊柏林基金會」擬訂行銷策略, 約3小時作業時間	
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	
教科書與 教材			
參考文獻			

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： 10.0 %   ◆平時評量：20.0 %   ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：40.0 %</p> <p>◆其他〈 〉：        %</p>
備 考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：<a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p><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></p>