

淡江大學 109 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	傳播理論	授課 教師	蔡蕙如 TSAI, HUI-JU
	COMMUNICATION THEORIES		
開課系級	大傳二A	開課 資料	實體課程 必修 上學期 2學分
	TAMXB2A		
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：40.00)</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。(比重：20.00)</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：30.00)</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：10.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>4. 品德倫理。(比重：20.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：30.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：40.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：10.00)</p>			
課程簡介	<p>傳播理論不只是「理論」，理解、認識傳播理論的發展與歷史，並且應用在當代各種傳播情境當中，傳論理論將是最有效的「工具」，幫助我們以分析當代各種傳播、政治、文化現象。各種傳播理論，更提供我們多元且批判的觀點養分，讓我們從歷史的角度理解並且預示傳播文化的現象與發展，以及身為傳播人的安身立命之所。</p>		
	<p>It introduces the main theoretical perspectives and arguments that underpin the study of media and communication theories.</p> <p>It gives students the opportunity to practise for improving their critical thinking skills and developing logic and reasoning skills and as a result improve students' analytical ability. There are many examples discussed and many opportunities to practise.</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	在學習過程中得以擴展觀察/理解/分析當帶傳播與文化的現象，透過熟習傳播理論的內涵與視野，並從結構與內容的問題，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傳播環境，更能見微知著、掌握關鍵的傳播與文化現象。	To introduce the basic concepts behind the communication theories and media system, including the changing mass media environment and impact of culture, politics, economy and technology. It encourages students to develop an understanding of the issues between mass media and social change; in particular, students could analyse specific media texts within cultural, political and economic contexts.

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	ABCD	4578	講述、討論、實作、模擬	測驗、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	109/09/14~109/09/20	第一篇 變遷中的大眾傳播媒體 第一章 緒論	
2	109/09/21~109/09/27	第二篇 研究方法與大眾傳播模式 第二章 科學方法	
3	109/09/28~109/10/04	第二篇 研究方法與大眾傳播模式 第三章 傳播模式	
4	109/10/05~109/10/11	第三篇 大眾傳播媒體的感知與語言問題 第四章 感知與傳播	
5	109/10/12~109/10/18	第三篇 大眾傳播媒體的感知與語言問題 第五章 有關製碼的問題	
6	109/10/19~109/10/25	第三篇 大眾傳播媒體的感知與語言問題 第六章 宣傳分析：第一個譯碼與效果理論	
7	109/10/26~109/11/01	10/29停課一次。改為 10/30 12-16 點 企業參訪：阿榮片廠。無法參加的同學將以相關資料閱讀並書面報告撰寫書面報告形式完成本次課程任務	
8	109/11/02~109/11/08	第四篇 社會心理學研究途徑 第八章 說服理論	
9	109/11/09~109/11/15	第四篇 社會心理學研究途徑 第九章 團體與傳播	

10	109/11/16~ 109/11/22	期中考試週	
11	109/11/23~ 109/11/29	第四篇 社會心理學研究途徑 第十章 大眾媒體與人際傳播	
12	109/11/30~ 109/12/06	第五篇 大眾傳播媒體的效果及使用 第十一章 議題設定理論	
13	109/12/07~ 109/12/13	第五篇 大眾傳播媒體的效果及使用 第十二章 知溝假設	
14	109/12/14~ 109/12/20	第五篇 大眾傳播媒體的效果及使用 第十三章 大眾傳播的效果	
15	109/12/21~ 109/12/27	第五篇 大眾傳播媒體的效果及使用 第十四章 大眾媒體的使用	
16	109/12/28~ 110/01/03	第六篇 媒體制度／組織 第十五章 大眾媒體與現代社會	
17	110/01/04~ 110/01/10	第六篇 媒體制度／組織 第十六章 媒體連鎖經營與媒體財閥集團	
18	110/01/11~ 110/01/17	期末考試週	
修課應注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與教材		大眾傳播理論與方法	
參考文獻		Fuchs, C., & Mosco, Vincent, editor. (2016). Marx and the political economy of the media (Paperback ed., Studies in critical social sciences. Fuchs, C., & Sandoval, Marisol, editor. (2014). Critique, social media and the information society(Routledge studies in science, technology, and society ; 23).	
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 <<(包括心得作業、口頭報告、分組)>> :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。	