

淡江大學 109 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	畢業製作與展演	授課 教師	蔡蕙如 TSAI, HUI-JU
	GRADUATE PROJECT-INDEPENDENT STUDY AND EXHIBITION		
開課系級	大傳四 B	開課 資料	實體課程 必修 上學期 3學分
	TAMXB4B		
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>畢業製作與展演是為期一年的課程與實作，這門課將是大眾傳播學系應屆畢業生，畢業前夕的最終挑戰之一。學生們將運用大學四年來所學到的各種理論知識、所體驗的各種實作經驗與實習歷練、所反思的各種傳播文化現象與發展，將其心力與創意，於此課程中完全展現。</p>		
	<p>All students come into this course with some basic knowledge concerning marketing communication and skills. Students have to develop their own project for marketing practices such as advertising and personal selling. However, this module will bring additional knowledge such as social marketing, cross-media marketing, advertising, public relations, sponsorship, personal selling, direct marketing and the internet.</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	在學習與實作過程中擴展觀察/理解/分析/掌握傳播與文化產業的各種能力與工具。透行銷活動企劃的規劃等方式，使同學在這一年的行銷活動企劃規劃過程，以及明年的畢業製作展，將可展現過去三年來的學習成果，為即將畢業的下個階段做準備。	It provides the knowledge and skills that enable students to understand marketing communications and brand support activities within organisations.

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	技能	ACDE	2578	講述、討論、發表、實作	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	課程內容與上課方式介紹，各組進度報告與介紹。	Stage1: 認識企畫書撰寫結構
2	109/09/21~109/09/27	畢製的二三事?! 分析今年他校與本校的畢展的優劣。各組進度報告：主題確認與初步主題調查(1)	
3	109/09/28~109/10/04	什麼是好的企劃書-1。各組進度報告：主題確認與初步主題調查(2)	
4	109/10/05~109/10/11	演講：社會行銷的第一門課 各組進度報告：主題確認與初步主題調查(3)	
5	109/10/12~109/10/18	什麼是好的企劃書-2。各組進度報告：企劃書提案、年度規劃與實體行銷活動(1)	Stage 2: 確認合作對象與主題，並且完成簽約
6	109/10/19~109/10/25	有關議題定位、受眾定位、傳播定位。各組進度報告：企劃書提案、年度專題規劃與實體行銷活動(2)	
7	109/10/26~109/11/01	跨媒體行銷-1：社群媒體、粉絲、小編經濟學。各組進度報告：年度規劃與實體行銷活動(3)	
8	109/11/02~109/11/08	跨媒體行銷-2：網路口碑傳播、群眾募資、從網路到體驗經驗。各組進度報告：年度規劃與實體行銷活動(4)	
9	109/11/09~109/11/15	策展力VS專題力 從使用者觀點思考專題形式	Stage 3: 活動策畫與主辦(w9-w14 可舉辦活動)
10	109/11/16~109/11/22	期中考試週	

11	109/11/23~ 109/11/29	策展力VS專題力 專題進度報告與網路形式思考	
12	109/11/30~ 109/12/06	創造力VS故事力 說一個動聽的故事：TED行銷術-1, 各組進度報告。	
13	109/12/07~ 109/12/13	創造力VS故事力 肢體語言如何影響故事軸線：TED行銷術-2, 各組進度報告	
14	109/12/14~ 109/12/20	停課一次。補課方式：已於7/24, 8/20 線上上課2HR 並將於第1周-第9周課程中間不下課, 每次補課20分鐘。	Stage 4：完成企畫書, 期末評比
15	109/12/21~ 109/12/27	活動舉辦周-1	
16	109/12/28~ 110/01/03	活動舉辦周-2 活動舉辦後的檢討與反省。各組進度報告。	
17	110/01/04~ 110/01/10	企劃書presentation評比、專題內容進度報告	
18	110/01/11~ 110/01/17	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>課應 注意事項 除授課者逐週準備材料及參與講述, 課程參與者應該完成以下四階段工作：</p> <p>Stage 1: w1-w4 認識企畫書撰寫結構 第一次課堂分組報告：分析今年畢展行銷組內容與形式</p> <p>Stage 2: W5-W8：確認合作對象與主題, 並且完成簽約 完成簽約與初步年度企劃書規劃</p> <p>Stage 3: W9-W12：活動策畫與主辦 (w9-w13 可舉辦活動) 完成活動策畫與舉辦</p> <p>Stage 4: W13-W16：完成企畫書, 期末評比 企劃口頭報告評比、繳交企劃書紙本 個人平時表現30%(包括出席次數、分組表現) 分組進度 70% (包括：行銷主題確認後的相關調查、上學期至少1-2次的行銷實體活動規畫與實踐、跨媒體行銷的策略與實踐等) 分組表現 (70%)：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 分組報告一(10%) (2) 行銷主題確認後的相關調查 20% (3) 上學期至少1-2次的行銷實體活動規畫與實踐30% (4) 期末企劃書口頭報告30% (5) 期末企劃書書面報告30% <p>附註：大傳系上課規範 一、每堂課上課遲到超過15分鐘即視同「缺課」。 二、「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」。 三、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。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	<p>《破解!撼動全世界的TED祕技》 傑瑞米.唐納文(Jeremey Donovan)著；鄭煥昇譯 (2015)</p> <p>哈佛寫作課：51位紀實寫作名家技藝大公開, 教你找故事、寫故事、出版故事 深度報導寫作 文字欲：回應時代的特寫新聞</p>		
參考文獻	<p>《活動行銷：活動、慶典、集會與展覽》 策展人工作指南 策展的50個關鍵</p>		

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〈報告 活動參與綜合表現〉：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。