

淡江大學 109 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	企劃工作實務	授課 教師	林隆儀 LIN, LONG-YI
	PRACTICES IN BUSINESS PLANNING		
開課系級	企管四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLCXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。(比重：40.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：40.00)</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。(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：40.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：40.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：20.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程的設計兼顧原理與實務，聚焦在當前最受矚目的行銷企劃案撰寫要領，目的在幫助學生從宏觀的角度學習企劃撰寫要領與新知，檢視這些要領與新知在實務運作上的應用。主要目標如下：</p> <p>1.瞭解行銷企劃撰寫原理的發展新趨勢，學習企劃要領在其他領域的應用。</p> <p>2.活用行銷企劃方法與技術，評估及檢視企劃原理在實務上的應用價值。</p>		
	<p>本課程的設計兼顧原理與實務，聚焦在當前最受矚目的行銷企劃案撰寫要領，目的在幫助學生從宏觀的角度學習企劃撰寫要領與新知，檢視這些要領與新知在實務運作上的應用。主要目標如下：</p> <p>1.瞭解行銷企劃撰寫原理的發展新趨勢，學習企劃要領在其他領域的應用。</p> <p>2.活用行銷企劃方法與技術，評估及檢視企劃原理在實務上的應用價值。</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	本課程的設計兼顧原理與實務，聚焦在當前最受矚目的行銷企劃案撰寫要領，目的在幫助學生從宏觀的角度學習企劃撰寫要領與新知，檢視這些要領與新知在實務運作上的應用。	本課程的設計兼顧原理與實務，聚焦在當前最受矚目的行銷企劃案撰寫要領，目的在幫助學生從宏觀的角度學習企劃撰寫要領與新知，檢視這些要領與新知在實務運作上的應用。

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	BCD	278	講述、討論	測驗、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	110/02/22~110/02/28	課程介紹, 企劃撰寫方法概論	
2	110/03/01~110/03/07	和平紀念日補假一天	
3	110/03/08~110/03/14	行銷企劃的本質	
4	110/03/15~110/03/21	行銷企劃的目標	
5	110/03/22~110/03/28	外部環境分析：企劃的先期工作 (一)	
6	110/03/29~110/04/04	內部環境分析：企劃的先期工作 (二)	
7	110/04/05~110/04/11	清明節放假一天	
8	110/04/12~110/04/18	畢德麥雅品牌行銷企劃案例分享	
9	110/04/19~110/04/25	LGG優酪乳產品上市企劃案例分享	
10	110/04/26~110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~110/05/09	激發行銷企劃創意	
12	110/05/10~110/05/16	新產品上市行銷企劃	

13	110/05/17~ 110/05/23	行銷企劃的撰寫與報告	
14	110/05/24~ 110/05/30	廣告企劃案例與CF觀賞	
15	110/05/31~ 110/06/06	畢業考試週	
16	110/06/07~ 110/06/13	---	
17	110/06/14~ 110/06/20	---	
18	110/06/21~ 110/06/27	---	
修課應 注意事項	<p>1.同學務必先行預習，課堂上回答問題，並熱烈參與討論。  3.請假請按學校規定辦理。  4.不缺課、不遲到、不早退、專心學習。  5.上課時間請把手機收起來，關閉行動電話及電腦。  6.分組報告：4人一組為原則，110年3月18日前完成分組及個案登記。分組後針對本課程所介紹的行銷企劃原理，模擬一項產品，寫一篇模擬企劃案（一組寫一篇），採用A4紙張12號字書寫，文長以4,000字為原則，於110年5月24日上課時繳交。報告上請註明組員姓名、分工及貢獻。  5.出席率10%為學習態度與出席狀況合併考量</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	行銷企劃：邏輯、創意、執行力，曾光華 著，第三版，2014，前程文化事業有限公司。		
參考文獻	<p>1.事件行銷概論：原理與應用，林隆儀 著，2020，五南圖書出版公司。 2.企劃案撰寫實務：理論與案例，戴國良 著，2020，五南圖書出版公司。 3.行銷企劃：理論與實務，古楨彥編著，第二版，2020，全華圖書股份有限公司。 4.優質企劃案撰寫：實作入門手冊，陳梅雋 著，2020，五南圖書出版公司。</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	<p>◆出席率： 10.0 %   ◆平時評量：       %   ◆期中評量：30.0 %  ◆期末評量：40.0 %  ◆其他〈分組報告〉：20.0 %</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。  <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>		