

淡江大學 110 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	傳播心理學	授課 教師	卓美玲 JOW, MEI-LING
	COMMUNICATION PSYCHOLOGY		
開課系級	資傳一 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TAIXB1P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、強化專業知識與倫理。 二、訓練實務知能與技能。 三、開發創意思維與潛能。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
B. 能分析資訊與解讀資訊意義。(比重：100.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
5. 獨立思考。(比重：100.00)			
課程簡介	引導學生學習由心理層面來探索與解析傳播相關之議題。配合心理學理論與廣告實務案例,以學習如何將理論應用於傳播相關實務。		
	This course leads students to a better understanding of the related psychological theories by communication examples, and learning how to apply psychological theories to communication practices.		

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	1能理解資訊傳播基本心理學知識並解析心理議題	1 able to gain knowledge of communication-related psychological theories and learn to analyze related communication issues
2	2能應用以上學理以掌握資訊傳播發展趨勢	2 able to apply theories to keep up with the latest trends of information and communication industries
3	能知曉專業倫理與社會責任	able to understand professional ethics and social responsibilities

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	B	5	講述	報告(含口頭、書面)
2	認知	B	5	講述	報告(含口頭、書面)
3	認知	B	5	講述	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	110/09/22~ 110/09/28	課程介紹	分組
2	110/09/29~ 110/10/05	心理學的基本要素及運用	
3	110/10/06~ 110/10/12	心理學的基本要素及運用	
4	110/10/13~ 110/10/19	心理學的基本要素及運用	
5	110/10/20~ 110/10/26	基本要素及運用、廣告中動機訴求與說服路徑設計對廣告效果之影響	
6	110/10/27~ 110/11/02	動機訴求與說服路徑設計、幽默訴求的行銷效果	
7	110/11/03~ 110/11/09	幽默訴求、恐懼訴求類型與訊息生動性對說服力之影響	
8	110/11/10~ 110/11/16	恐懼訴求、品牌態度與品牌忠誠	
9	110/11/17~ 110/11/23	期中考試週	
10	110/11/24~ 110/11/30	品牌態度與品牌忠誠、期末報告說明	

11	110/12/01~ 110/12/07	隱喻式訊息的行銷效果(交期末報告構想書)	
12	110/12/08~ 110/12/14	數位影片中認同之建構	
13	110/12/15~ 110/12/21	代言人的行銷效果	
14	110/12/22~ 110/12/28	性訴求訊息的行銷效果	
15	110/12/29~ 111/01/04	繳交期末報告初稿；期末分組報告	
16	111/01/05~ 111/01/11	期末分組報告	
17	111/01/12~ 111/01/18	繳交期末報告修改版；期末分組報告；總結	小組成員評量
18	111/01/19~ 111/01/25	教師彈性補充教學週	
修課應 注意事項		應準時於約定日時間繳交作業與報告，遲交一律不予計分。	
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		行銷前必修的購物心理學：徹底推翻被誤解的消費行為，揭開商品大賣的祕密(2013) Phil Barden著，蕭美惠,林佳誼,吳慧珍譯，台北：商周出版 消費行為之前的心理學：為什麼這商品我本來不想要，最後卻變成好需要？(2014) 大衛·路易斯著，方祖芳譯，台北：大是文化 視覺溝通的文法 (2012) Bo Bergstrom著，陳芳誼譯，台北：原點出版社。 懂顧客心思的文案最好賣 (2017) Drew Eric Whitman著，焦曉菊譯，台北：商周出版社。	
參考文獻		廣告心理學，楊志編著，台北：國家出版社。 新廣告心理，蔡焜霖譯，台北：朝陽堂文化。 廣告的心理原理，楊中芳著，台北：遠流。 Taylor, Peplau & Sears (1999) Social Psychology 社會心理學，張滿玲譯，台北：雙葉書廊。 Wallace (2001)The psychology of the Internet, 網路心理講義，陳美靜譯，台北：天下文化。	
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： 10.0 % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。	