

淡江大學 1 1 1 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	社會行銷與實作	授課 教師	馬雨沛 YU-PEI MA
	SOCIAL MARKETING AND PRACTICE		
開課系級	大傳三A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TAMXB3A		
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 SDG11 永續城市與社區 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。 二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
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：20.00) 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) C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。(比重：20.00) 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：20.00) 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：20.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：20.00) 8. 美學涵養。(比重：20.00)			

課程簡介	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，修課同學並將藉由與非營利機構合作提案，學習實作經驗
	this course focuse on the concept, construct and theoretical perspective of social marketing.

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.介紹社會行銷之理論方法與過程 2.學生藉由理論的了解實際與非營利機構合作提案學習實作經驗 3.學生得以因理解原則與實踐技術而了解改進生活品質促進人類福祉的意義	this course focuses on the concepts, 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	技能	ABCDE	12345678	講述、討論、發表、實作	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	111/09/05~ 111/09/11	何為社會行銷	
2	111/09/12~ 111/09/18	社會行銷的步驟與策略	
3	111/09/19~ 111/09/25	分析社會行銷的環境分析	行銷焦點案例:菸害防制
4	111/09/26~ 111/10/02	鎖定目標對象	行銷焦點案例:健康與體適能
5	111/10/03~ 111/10/09	訂定目標與目的	行銷焦點案例:飲酒與開車

6	111/10/10~ 111/10/16	目標對象行為分析	行銷焦點案例:失智症防治
7	111/10/17~ 111/10/23	發展社會行銷策略:產品、價格、通路、宣傳	行銷焦點案例:環境保護
8	111/10/24~ 111/10/30	發展社會行銷策略:產品、價格、通路、宣傳	行銷焦點案例:自殺防治
9	111/10/31~ 111/11/06	社會行銷計畫的控管:評估、監測與預測	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	實作 地點:合作之非營利機構	校外上課地點:組織與機構
12	111/11/21~ 111/11/27	競爭行為分析	校外上課地點:組織與機構
13	111/11/28~ 111/12/04	實作與反思討論	校外上課地點:組織與機構
14	111/12/05~ 111/12/11	與業師分組討論	校外上課地點:組織與機構
15	111/12/12~ 111/12/18	與教師分組討論	校外上課地點:組織與機構
16	111/12/19~ 111/12/25	企劃書初稿檢視	校外上課地點:組織與機構
17	111/12/26~ 112/01/01	實作發表與競賽	校外上課地點:組織與機構
18	112/01/02~ 112/01/08	期末考試週(本學期期末考試日期為:112/1/3-112/1/9)	
修課應 注意事項	<p>一、因課程需要,無法於第一堂課即出席之同學將延緩授課進度,建議不要選修</p> <p>二、在實作階段,有數週課程必須前往合作之單位進行學習與提案,修課之同學必須先理解在交通路程上會增加時間,選修前必須考慮是否能配合前往合作單位學習!</p> <p>三、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</p> <p>1、每堂課上課遲到超過15分鐘即視同「缺課」。</p> <p>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」。</p> <p>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。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	余孜孜譯,社會行銷,五南圖書		
參考文獻	諾頓凱瑞茲,找資源做益事--NPO人士的企畫提案 陳希林等譯,募款成功,五觀 陳定銘,非營利組織、政府與社會企業,智勝		
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: 20.0 %    ◆平時評量: 25.0 %    ◆期中評量:    % ◆期末評量: 40.0 % ◆其他〈行銷案例分析報告〉: 15.0 %		

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。**