

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	跨媒體行銷傳播	授課 教師	劉倚帆 LIU, YI FAN
	CROSS MEDIA MARKETING COMMUNICATION		
開課系級	大傳二碩士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TAMAM2A		
課程與SDGs 關聯性	SDG12 負責任的消費與生產		
系（所）教育目標			
<p>一、培養具文化創意產業分析、企劃與行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具訊息研究與跨媒體創新開發專業之傳播人才。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 倫理道德能力：具備理解傳播相關倫理與社會責任之能力。(比重：10.00)</p> <p>B. 訊息分析與研究能力：具備系統蒐集、解釋、分析與研究訊息之相關議題。(比重：20.00)</p> <p>C. 獨立思考能力：具備獨立發掘、分析與解決傳播相關議題之能力。(比重：20.00)</p> <p>D. 結合理論與實務能力：具備運用傳播理論與研究方法，以執行傳播專案。(比重：30.00)</p> <p>E. 研發創新能力：具備理解文化創意產業之趨勢與跨媒體創新研發之能力。(比重：20.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：10.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：25.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：5.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	本課程核心在於探究「Web 2.0時代中的跨媒體行銷傳播」。我們將從社會文化、消費者、品牌、內容、社群互動等面向，回顧當代自媒體與跨媒體間的關係，並進一步思索、發展潛藏其中的可能性與新興研究議題。
	This course attempts to delve into the cross-media marketing communication strategies in the web 2.0 era. Issues about the transformation of content-making, brand-building, consumer figure(s), and the underlying social context of web 2.0 marketing will be fully discussed.

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	擴充並深化對Web 2.0行銷的知識與研究能力	To improve students' competencies for doing web 2.0 marketing communication research.

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	ABCDE	12345678	講述、討論、發表	作業、討論(含課堂、線上)、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	111/09/05~ 111/09/11	課程簡介與導讀分配	
2	111/09/12~ 111/09/18	消費社會中的 (數位) 行銷傳播	
3	111/09/19~ 111/09/25	閱聽人、消費者	
4	111/09/26~ 111/10/02	認知、情感與想像	
5	111/10/03~ 111/10/09	從消費者到產消者	
6	111/10/10~ 111/10/16	粉絲、UGC與品牌(1)	
7	111/10/17~ 111/10/23	粉絲、UGC與品牌(2)	

8	111/10/24~ 111/10/30	自媒體就是跨媒體：名人、網紅、品牌、社群	
9	111/10/31~ 111/11/06	期末報告計畫研討	
10	111/11/07~ 111/11/13	網紅與品牌：成為網紅	
11	111/11/14~ 111/11/20	網紅與傳播策略	
12	111/11/21~ 111/11/27	網紅與敘事	
13	111/11/28~ 111/12/04	網紅影響力	
14	111/12/05~ 111/12/11	網紅與社群	
15	111/12/12~ 111/12/18	網紅行銷再思考	
16	111/12/19~ 111/12/25	期末報告討論與呈現 (一)	
17	111/12/26~ 112/01/01	期末報告討論與呈現 (二)	
18	112/01/02~ 112/01/08	(教師彈性補充教學)	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材			
參考文獻			
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：20.0 % ◆期末評量：50.0 % ◆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。		