

淡江大學 112 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	公關策略規劃	授課 教師	張依萍 CHANG, YI-PING
	PR STRATEGY AND PLANNING		
開課系級	大傳一 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TAMXB1P		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 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：10.00) 2. 資訊運用。(比重：15.00) 3. 洞悉未來。(比重：15.00) 4. 品德倫理。(比重：15.00) 5. 獨立思考。(比重：15.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：20.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	<p>公關策略規劃課程為公關入門課程，藉由課程系統性教學及實作，循序漸進理解公關產業、公關角色、媒體生態、市場輿情分析、社會企業責任、危機管理、議題策略及行銷數位科技應用。期待同學能夠透過本門課最終習得公關策略簡報技巧及提案溝通。</p>
	<p>The PR Strategy and Planning course offers an overview of Public Relations. Students will gradually understand the PR industry, the roles of PR staff, the media ecosystem, market sentiment analysis, CSR, crisis management, issue management, and the application of digital technology through lectures and hands-on practices. We expect that students will eventually gain PR proposal and presentation abilities in this course.</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	一、培養利益關係人溝通與公關策略人才。二、訓練具訊息整合及AI科技工具應用之傳播人才。	1.Develop the skills in stakeholder communication and public relations tactics. 2.Train talents in information integration and application of AI tools.

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、實作	討論(含課堂、線上)、實作、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	112/09/11~112/09/17	課程介紹	
2	112/09/18~112/09/24	認識公關產業：緣起、任務、市場輪廓	
3	112/09/25~112/10/01	公關角色與實務	
4	112/10/02~112/10/08	媒體生態	
5	112/10/09~112/10/15	媒體關係經營 (專題講座)	

6	112/10/16~ 112/10/22	品牌輿情分析	
7	112/10/23~ 112/10/29	品牌與企業社會責任	
8	112/10/30~ 112/11/05	期中報告：品牌公關觀察1	
9	112/11/06~ 112/11/12	期中考試週：期中報告：品牌公關觀察2	
10	112/11/13~ 112/11/19	品牌危機管理	
11	112/11/20~ 112/11/26	議題策略	
12	112/11/27~ 112/12/03	行銷工具與數位科技應用	
13	112/12/04~ 112/12/10	企劃架構與目標設定	
14	112/12/11~ 112/12/17	簡報技巧與提案溝通	
15	112/12/18~ 112/12/24	策略規劃實作Workshop 1	
16	112/12/25~ 112/12/31	策略規劃實作Workshop 2	
17	113/01/01~ 113/01/07	期末考試週：學習討論及期末報告	
18	113/01/08~ 113/01/14	期末報告繳交	
課程培養 關鍵能力	資訊科技、社會參與、人文關懷、問題解決		
跨領域課程	素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))		
特色教學 課程	專案實作課程		
課程 教授內容	邏輯思考 A I 應用 永續議題		
修課應 注意事項			
教科書與 教材	自編教材:教科書、簡報 教材說明: 根據每週課堂大綱, 講師自行製作上課簡報。 採用他人教材:教科書 教材說明: 參考教材:1.公共關係 (三版) : 理論、策略與研究實例。2.圖解民意與公共關係		

參考文獻	1.公共關係（三版）：理論、策略與研究實例。2.圖解民意與公共關係
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：30.0 % ◆其他〈上課互動〉：20.0 %
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。