

淡江大學113學年度第2學期課程教學計畫表

課程名稱	互動體驗行銷	授課教師	陳意文					
	INTERACTIVE MARKETING							
開課系級	資傳二A	開課資料	實體課程 選修 單學期 3學分					
	TAIXB2A							
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施							
系（所）教育目標								
<p>一、強化專業知識與倫理。</p> <p>二、訓練實務知能與技能。</p> <p>三、開發創意思維與潛能。</p>								
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重								
<p>A. 能理解資訊傳播基本學理。(比重：25.00)</p> <p>B. 能分析資訊與解讀資訊意義。(比重：25.00)</p> <p>C. 能運用資訊傳播實務技術與工具。(比重：5.00)</p> <p>D. 能善用美學知識與創造力。(比重：5.00)</p> <p>E. 能知曉資訊傳播產業發展趨勢。(比重：10.00)</p> <p>F. 能企劃與執行資訊傳播專案。(比重：30.00)</p>								
本課程對應校級基本素養之項目與比重								
<ol style="list-style-type: none"> 1. 全球視野。(比重：15.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00) 								

課程簡介	本課程將透過學理與實務的介紹，引導學生了解體驗行銷的內涵，並掌握互動設計的元素，最後將介紹全球發展案例，包括未來互動式音樂博物館、藝廊、互動影片、裝置等新型態的行銷模式。本課程將搭配大學社會責任計畫，並以在地旅遊為發想主題，並發展互動體驗專題。
	The teaching goal of this course is to introduce the core concepts of experimental marketing and realize the fundamental elements of interactive design. Some cases will be provided as examples, including interactive music museums, galleries, films, and installations. One of the University Social Responsibility (USR) projects of the Ministry of Education is encouraging students to engage in local tourism projects. Students will be able to plan and develop activities.

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	學生將能學習體驗行銷與互動設計的基本概念。	Students will be able to learn the basic concepts of experimental marketing and interactive design.
2	學生將能學習及分析全球相關案例。	Students will be able to learn and analyze real cases around the world.
3	學生將能發展互動體驗行銷企劃。	Students will be able to develop an interactive experimental marketing plan.

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	AB	5	講述、討論	討論(含課堂、線上)
2	認知	CE	1	講述、討論	報告(含口頭、書面)
3	認知	DF	234678	實作	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	114/02/17~ 114/02/23	課程簡介、分組說明	
2	114/02/24~ 114/03/02	和平紀念日 (放假一天)	
3	114/03/08~ 114/03/09	1.行銷基本概念介紹與回顧；2.顧客體驗與產品介面	

4	114/03/10~114/03/16	五感體驗與品牌概念介紹	
5	114/03/17~114/03/23	五感品牌工程方法論	
6	114/03/24~114/03/30	五感品牌工程方法論實作工作坊	
7	114/03/31~114/04/06	兒童節及民族掃墓節連假(放假日)	
8	114/04/07~114/04/13	品牌接觸點分析	
9	114/04/14~114/04/20	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	114/04/21~114/04/27	策略體驗群組	
11	114/04/28~114/05/04	業界專家演講	將根據聯繫時間調整週次
12	114/05/05~114/05/11	互動體驗劇本設計	
13	114/05/12~114/05/18	個案分析：互動廣告設計、未來商店、未來家庭、未來音樂館、未來藝廊	
14	114/05/19~114/05/25	校外觀摩：友校畢業展覽	根據舉辦時間與場地調整時間與地點
15	114/05/26~114/06/01	端午節遇例假日補假	
16	114/06/02~114/06/08	期末專題展示	
17	114/06/09~114/06/15	期末考/期末評量週(老師得自行調整週次)	
18	114/06/16~114/06/22	教師彈性教學週(原則上不上實體課程，教師得安排教學活動或期末評量等)	
課程培養 關鍵能力	社會參與		
跨領域課程			
特色教學 課程	USR課程 專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	邏輯思考		
修課應 注意事項	1.本課程搭配大學社會責任實踐計畫(USR)，將發展在地旅遊實務專題。 2.課程必須完成互動體驗行銷企畫書一份，可與實務競賽結合。 3.上課不定時點名，無故缺席三次無正當理由，成績以0分計算。 4.成績包括出席率(10%)、期中考(30%)、平時評量(20%)，及期末報告(40%)。 5.課程將搭配校外觀摩與觀展體驗。		

教科書與教材	自編教材：教科書、簡報
參考文獻	
學期成績計算方式	<p>◆出席率： 10.0 % ◆平時評量： 20.0 % ◆期中評量： 30.0 %</p> <p>◆期末評量： 40.0 %</p> <p>◆其他 < > : %</p>
備 考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>