

淡江大學113學年度第2學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷傳播概論	授課教師	林宜瑾			
	INTRODUCTION TO MARKETING					
開課系級	大傳一A	開課資料	實體課程 必修 單學期 2學分			
	TAMXB1A					
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係					
系（所）教育目標						
<p>一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。</p>						
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重						
<p>A. 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)</p> <p>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)</p> <p>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)</p> <p>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)</p> <p>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)</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：10.00) 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：15.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：15.00) 8. 美學涵養。(比重：15.00) 						

課程簡介	本課程以理論為思想骨幹、以實務經驗為豐富題材，引導學生領略行銷專業的核心素養、與社會一同有機演進的歷程，以及行銷發展過程中的每一個關鍵思路。兼融宏觀脈絡、深入剖析，旨在帶領學生一遊行銷傳播的世界，在研習課程後，具備獨立思辨的行銷鑒賞力。
	The course combines theory with practical experience to help students grasp core marketing competencies, understand how marketing evolves with society, and explore the critical thinking behind its development. With a mix of big picture insights and in-depth analysis, it takes students on a journey through marketing communications. By the end, students will develop a refined understanding and appreciation of 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	了解行銷思考脈絡，並具備鑑賞力、應用力。	Comprehend the context of marketing thinking and possess both appreciation and application skills.

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 核心能力	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	測驗、作業、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	114/02/17~ 114/02/23	課程導覽	
2	114/02/24~ 114/03/02	行銷思維與底層邏輯	
3	114/03/03~ 114/03/09	綜觀行銷演進史	
4	114/03/10~ 114/03/16	當代行銷、傳播與創意	
5	114/03/17~ 114/03/23	一切從定義好問題開始	
6	114/03/24~ 114/03/30	找到差異化的市場定位：市場分析	

7	114/03/31~114/04/06	# 教學觀摩週	
8	114/04/07~114/04/13	從用戶視角來創造價值：消費者分析	
9	114/04/14~114/04/20	# 期中報告	
10	114/04/21~114/04/27	期中回饋 + AMA	
11	114/04/28~114/05/04	讓品牌成為真正的品牌	
12	114/05/05~114/05/11	如何說一個好故事	
13	114/05/12~114/05/18	參與式創意體驗	
14	114/05/19~114/05/25	行銷媒介與傳播佈局	
15	114/05/26~114/06/01	數據、科技與AI賦能	
16	114/06/02~114/06/08	# 期末專題報告 1	
17	114/06/09~114/06/15	# 期末專題報告 2	
18	114/06/16~114/06/22	# 教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力	自主學習、資訊科技、社會參與、人文關懷、問題解決、跨領域		
跨領域課程	<p>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))</p> <p>授課教師專業領域教學內容以外，融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者進行知識(教學)分享</p>		
特色教學 課程	<p>專案實作課程</p> <p>專題/問題導向(PBL)課程</p>		
課程 教授內容	<p>邏輯思考</p> <p>A I 應用</p>		
修課應 注意事項	<p>1. 課程設計與涵蓋內容將於第一週做說明；課程期間將依學習情況與反饋做調整。</p> <p>2. 平時評量，指課堂上的個人發言、小組練習等表現。</p>		
教科書與 教材	<p>自編教材：簡報、講義、影片</p> <p>採用他人教材：影片、書籍著作</p>		
參考文獻			

學期成績 計算方式	◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆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。