

淡江大學114學年度第1學期課程教學計畫表

課程名稱	傳播心理學	授課教師	卓美玲 JOW, MEI-LING			
	COMMUNICATION PSYCHOLOGY					
開課系級	資傳一A	開課資料	實體課程 選修 單學期 2學分			
	TAIXB1A					
課程與SDGs 關聯性	SDG3 良好健康和福祉 SDG4 優質教育					
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：40.00)</p> <p>B. 能分析資訊與解讀資訊意義。(比重：40.00)</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：5.00)</p> <p>F. 能企劃與執行資訊傳播專案。(比重：5.00)</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：5.00) 3. 洞悉未來。(比重：15.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：30.00) 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	引導學生學習由心理層面來探索與解析傳播相關之議題。配合心理學理論與廣告實務案例,以學習如何將理論應用於傳播相關實務。
	This course leads students to a better understanding of the related psychological theories by communication examples, and learning how to apply psychological theories to communication practices.

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能理解資訊傳播基本心理學理知識並解析心理議題	1 able to gain knowledge of communication-related psychological theories and learn to analyze related communication issues
2	2能應用以上學理以掌握資訊傳播發展趨勢	2 able to apply theories to keep up with the latest trends of information and communication industries
3	3能知曉專業倫理與社會責任	able to understand professional ethics and social responsibilities

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	ABCDEF	12345678	講述、實作	討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCDEF	12345678	講述、實作	討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)
3	認知	ABCDEF	12345678	講述、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	114/09/15~ 114/09/21	課程介紹	
2	114/09/22~ 114/09/28	心理學的基本要素及運用	

3	114/09/29~114/10/05	心理學的基本要素及運用	
4	114/10/06~114/10/12	心理學的基本要素及運用	
5	114/10/13~114/10/19	心理學的基本要素及運用	
6	114/10/20~114/10/26	心理學的基本要素及運用	
7	114/10/27~114/11/02	心理學的基本要素及運用	
8	114/11/03~114/11/09	心理學的基本要素及運用	
9	114/11/10~114/11/16	動機訴求與說服路徑設計	
10	114/11/17~114/11/23	恐懼訴求類型與訊息生動性對說服力之影響	
11	114/11/24~114/11/30	幽默訴求	
12	114/12/01~114/12/07	數位影片中認同之建構	
13	114/12/08~114/12/14	代言人的心理作用與行銷效果	
14	114/12/15~114/12/21	品牌態度與品牌忠誠	
15	114/12/22~114/12/28	品牌態度與品牌忠誠，繳交期末報告	
16	114/12/29~115/01/04	期末多元評量週	
17	115/01/05~115/01/11	期末多元評量週/教師彈性教學週	
18	115/01/12~115/01/18	教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力	自主學習、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STEPP(Society , Technology, Economy, Environment, and Politics))		
特色教學 課程			
課程 教授內容	邏輯思考 A I 應用		
修課應 注意事項	應準時於約定日時間繳交作業與報告，遲交一律不予計分。 可與AI協作，但請以課堂知識判斷，AI會出錯，AI出錯而你未糾錯，扣分算在你的帳上。請勿完全仰賴AI提供內容，或以AI做出違反人類道德標準之事情。		

教科書與教材	<p>採用他人教材：教科書 教材說明：</p> <p>行銷前必修的購物心理學：徹底推翻被誤解的消費行為，揭開商品大賣的祕密(2013) Phil Barden著，蕭美惠,林佳誼,吳慧珍譯，台北：商周出版 消費行為之前的心理學：為什麼這商品我本來不想要，最後卻變成好需要？(2014)大衛·路易斯著，方祖芳譯，台北：大是文化 視覺溝通的文法 (2012) Bo Bergstrom著，陳芳誼譯，台北：原點出版社。 懂顧客心思的文案最好賣 (2017) Drew Eric Whitman著，焦曉菊譯，台北：商周出版社。</p>
參考文獻	<p>廣告心理學，楊志編著，台北：國家出版社。 新廣告心理，蔡焜霖譯，台北：朝陽堂文化。 廣告的心理原理，楊中芳著，台北：遠流。 Taylor, Peplau & Sears (1999) Social Psychology 社會心理學，張滿玲譯，台北：雙葉書廊。 Wallace (2001)The psychology of the Internet, 網路心理講義，陳美靜譯，台北：天下文化。</p>
學期成績計算方式	<p>◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈 〉： %</p>
備 考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：https://web2.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>※「遵守智慧財產權觀念」及「不得不法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>