

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

| | | | |
|---|--|----------|------------------|
| 課程名稱 | 社會行銷與實作 | 授課 教師 | 馬雨沛 Yu-Pei Ma |
| | SOCIAL MARKETING AND PRACTICE | | |
| 開課系級 | 大傳三A | 開課 資料 | 選修 單學期 2學分 |
| | TAMXB3A | | |
| 學系(門)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> | | | |
| 學生基本能力 | | | |
| <p>A. 具人文素養與社會關懷之能力。</p> <p>B. 團隊合作與溝通協調能力。</p> <p>C. 理解傳播相關倫理與社會責任之能力。</p> <p>D. 理解社會趨勢與產業現況之能力。</p> <p>E. 發掘、分析與解決傳播問題之能力。</p> <p>F. 理解傳播相關專業理論之能力。</p> <p>G. 企劃設計與執行傳播實務所需技術之能力。</p> <p>H. 具掌握與融合理論知識與實作創意之能力。</p> | | | |
| 課程簡介 | <p>社會行銷係使用行銷原則與技術影響社會的想法與行為，以期改進生活品質、促進人類福祉。本課程將介紹社會行銷之理論、方法與過程，修課同學並將藉由與非營利機構合作提案，學習實作經驗</p> | | |
| | <p>this course focuese on the concept, contruct and theoretical perspective of social marketing.</p> | | |

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填):

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域: C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域: P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域: A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性:

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如: 認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如: 「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

| 序號 | 教學目標(中文) | 教學目標(英文) | 相關性 | |
|----|---|----------|------|--------|
| | | | 目標層級 | 學生基本能力 |
| 1 | 1.介紹社會行銷之理論方法與過程 2.學生藉由理論的了解實際與非營利機構合作提案學習實作經驗 3.學生得以因理解原則與實踐技術而了解改進生活品質促進人類福祉的意義 | | P6 | ABGH |

教學目標之教學策略與評量方法

| 序號 | 教學目標 | 教學策略 | 評量方法 |
|----|---|----------------|------------------|
| 1 | 1.介紹社會行銷之理論方法與過程 2.學生藉由理論的了解實際與非營利機構合作提案學習實作經驗 3.學生得以因理解原則與實踐技術而了解改進生活品質促進人類福祉的意義 | 課堂講授、分組討論、參觀實習 | 出席率、報告、討論、小考、期中考 |

授課進度表

| 週次 | 日期 | 內容 (Subject/Topics) | 備註 |
|----|-------|---------------------|----------------|
| 1 | 09/13 | 何為社會行銷 | |
| 2 | 09/20 | 社會行銷的步驟與策略 | 行銷焦點案例: 菸害防治 |
| 3 | 09/27 | 分析社會行銷的環境分析 | 行銷焦點案例: 鼓勵捐血 |
| 4 | 10/04 | 鎖定目標對象與訂定目標 | 行銷焦點案例: 健康與體適能 |
| 5 | 10/11 | 目標對象行為分析 | 行銷焦點案例: 飲酒與開車 |
| 6 | 10/18 | 發展社會行銷策略: 產品、價格、通路 | 行銷焦點案例: 節育計畫 |

| | | | |
|--------------|---|--------------------|--------------|
| 7 | 10/25 | 專題演講 | |
| 8 | 11/01 | 發展社會行銷策略:產品、價格、通路 | 行銷焦點案例:節育計畫 |
| 9 | 11/08 | 發展社會行銷策略:推廣與傳播 | 行銷焦點案例:愛滋病防治 |
| 10 | 11/15 | 期中考試週 | |
| 11 | 11/22 | 社會行銷計畫的控管:評估、監測與預算 | 行銷焦點案例:自殺防治 |
| 12 | 11/29 | 計畫的執行與道德的抉擇 | 行銷焦點案例:保護動物 |
| 13 | 12/06 | 實作說明:指定之非營利機構介紹 | |
| 14 | 12/13 | 實作 | |
| 15 | 12/20 | 實作 | |
| 16 | 12/27 | 實作 | |
| 17 | 01/03 | 實作發表 | |
| 18 | 01/10 | 期末考試週 | |
| 修課應 注意事項 | 因課程需要,第三週起學生即需分組進行"期中報告",無法於第一堂課即出席之同學將延緩授課進度,建議不要選修 在實作階段,有數週課程必須前往合作之單位進行學習與提案,修課之同學必須先理解在交通路程上會增加時間,選修前必須考慮是否能配合前往合作單位學習! | | |
| 教學設備 | 電腦、投影機 | | |
| 教材課本 | 余玫玫譯, 社會行銷, 五南圖書 | | |
| 參考書籍 | | | |
| 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 | ◆平時考成績:10.0 % ◆期中考成績:25.0 % ◆期末考成績: % ◆作業成績: 40.0 % ◆其他〈期中報告〉:25.0 % | | |
| 備 考 | 「教學計畫表管理系統」網址: http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁〈網址: http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。 | | |