

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	全球文化行銷企劃專題	授課 教師	陳甫彥 Chen Fu-yen
	SPECIAL TOPICS ON GLOBAL MARKETING OF CULTURAL AND CREATIVE		
開課系級	共同科—文 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TGAXB0A		
學系(門)教育目標			
<p>一、培養學生成為具人文關懷與科學精神之知識份子。</p> <p>二、培養知識管理與文化創意之人才。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 文化創意與產業趨勢之洞察能力。</p> <p>B. 文化創意產業知識之應用能力。</p> <p>C. 語文表達能力。</p> <p>D. 歷史詮釋能力。</p> <p>E. 文獻分析能力。</p> <p>F. 資訊應用能力。</p> <p>G. 媒體傳播能力。</p> <p>H. 美學鑑賞與應用能力。</p> <p>I. 創意思考能力。</p>			
課程簡介	<p>這個課程是文化創意產業概論的進階課程，從全球文化的行銷案例，學會實務應用以及相關國際文化事務。</p>		
	<p>本課程以全球化的視野，建立學生對全球文化創意產業運作生態的鉅觀想像及概念。檢視全球文化創意產業的生態、運作的特性與未來發展趨勢，藉由實際的案例分享，帶領同學實際企劃，累積實作經驗，培養學生收斂發想、觀察文化現象與企劃專案的能力。</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	學生能夠實務應用 學生能夠進行專題企劃		C3	ABI

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	學生能夠實務應用 學生能夠進行專題企劃	課堂講授、分組討論、參觀實習	討論、行銷企劃專題

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	課程說明	
2	09/20	第一份報告-產業個案分析	
3	09/27	掌握行銷洞察力	
4	10/04	生產與消費	
5	10/11	代工與品牌	
6	10/18	全球與區域	
7	10/25	行銷企劃實務(一)	
8	11/01	行銷企劃實務(二)	
9	11/08	行銷企劃實務(三)	

10	11/15	期中考試週	
11	11/22	核心專長(競爭大未來, 智庫)	
12	11/29	學習典範 (標竿學習, 天下)	
13	12/06	行銷溝通與整合行銷	
14	12/13	個案討論 (一)	
15	12/20	個案討論 (二)	
16	12/27	個案討論 (三)	
17	01/03	個案討論 (四)	
18	01/10	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本			
參考書籍		行銷管理學 東華 行銷大師法則 臉譜	
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：20.0 % ◆期中考成績：20.0 % ◆期末考成績：40.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈行銷企劃書〉：20.0 %	
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。	