

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	行銷傳播專題	授課 教師	賴治怡 Lai, Chih-i
	PRO-SEMINAR FOR MARKETING COMMUNICATION		
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	經由國際傑出行銷傳播個案研究與團隊實作，培養行銷傳播專案的鑑賞、企畫，及實作能力。		
	Students would learn from 1) observing from state-of-art marketing communication projects, and 2) making marketing communication projects in teams.		

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	學生完全瞭解行銷傳播專案之創意過程與主要元素，尤其是目標、策略、洞察、概念、執行，並能以正確之創意過程創作與組織行銷傳播專案。	Students would have complete grasp on the creative process and elements in making a marketing communication plan, such as Objective, Strategy, Insight, Concept, and Execution, and make and structure a marketing communication plan in the right way.	A6	ABCDEFGH

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	學生完全瞭解行銷傳播專案之創意過程與主要元素，尤其是目標、策略、洞察、概念、執行，並能以正確之創意過程創作與組織行銷傳播專案。	課堂講授、分組討論、團隊實作	出席率、討論、實作

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~ 100/02/20	個案欣賞與分析。	
2	100/02/21~ 100/02/27	個案欣賞與分析。	
3	100/02/28~ 100/03/06	個案欣賞與分析。	
4	100/03/07~ 100/03/13	個案欣賞與分析。	
5	100/03/14~ 100/03/20	個案創作與指導。選題：提出行銷傳播問題。	

6	100/03/21~ 100/03/27	個案創作與指導。選題：提出行銷傳播問題。	
7	100/03/28~ 100/04/03	個案創作與指導。選題：提出行銷傳播問題。	
8	100/04/04~ 100/04/10	個案創作與指導。發展策略。	
9	100/04/11~ 100/04/17	期中檢討。	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	個案創作與指導。洞察與概念。	
12	100/05/02~ 100/05/08	個案創作與指導。洞察與概念。	
13	100/05/09~ 100/05/15	個案創作與指導。洞察與概念。	
14	100/05/16~ 100/05/22	個案創作與指導。執行。	
15	100/05/23~ 100/05/29	個案創作與指導。執行。	
16	100/05/30~ 100/06/05	個案創作與指導。執行與提案。	
17	100/06/06~ 100/06/12	期末報告。	
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項	本課程教學方式牽涉實作與批評，沒有意願和熱情製作最佳創意行銷方案，或無法接受對自己創作批評，或無法與團隊合作者，應不要選擇本課程。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本			
參考書籍	賴治怡，2007坎城廣告獎結案報告，，2008坎城廣告獎結案報告，2009坎城廣告獎結案報告		
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： % ◆期中考成績： % ◆期末考成績： % ◆作業成績： 60.0 % ◆其他〈課堂參與〉：40.0 %		
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。		