

## 開南大學 96 年度第 2 學期資訊傳播學系科目教學計劃表

課程編號	2	0	3	0	2	0	8	4	0	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	授課教師: 王婷玉 (Ting-Yu Wang) 老師 老師 e-mail : 老師分機 : 0939-780-815
班次	01										
開課系所 :	資訊傳播學系										
年級班別 :	四年 班										
課程名稱(中文)										學分數	課程名稱(英文)
行銷傳播學										3	Marketing Communications
教學目標 與內容	預期使學生瞭解行銷傳播的 <u>核心概念與基本原理</u> ,包括爲什麼「整合」式的傳播 訊息大大地影響消費者的訊息處理過程; 並進一步學習運用行銷原理, 在企業內部進 行跨部門協調, 規劃 執行整合行銷傳播策略, 以達成傳播目標。										
實施方法	<input type="checkbox"/> 講解法 <input type="checkbox"/> 實作法 <input type="checkbox"/> 討論法 <input type="checkbox"/> 演習法 <input type="checkbox"/> 問答法 <input type="checkbox"/> 其他_____										
評量方式	期中測驗 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % 期末測驗 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % 平時成績 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % 其他_____ 成績 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % 上課參與 (25%)、(整合) 行銷傳播企劃專案分組口頭摘要報告 (15%)、行銷 傳播企劃專案分組書面報告(把握重點 10% ;實例說明, 15%)、期末考(35%)										
授課使用及 參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 合行銷傳播策略 by Larry Percy 遠流出版社 (02)2392-6899 ext.620 李小姐 30 人以上訂購 75 折優惠價 240 元 原價 320 元)</li> <li>■ 整合行銷傳播引論, 許安琪, 台北:學富文化事業有限公司, 民國 90 年</li> <li>■ 行銷學的世界, 黃俊英, 台北:天下遠見出版股份有限公司, 民 90 年</li> <li>■ 整合行銷傳播 Integrated Communication Esther Thorson 吳宜蓁、李素卿譯 2001/07/06</li> <li>■ 完全搞懂整合行銷傳播》/BRANNAN, TOM/ 陳琇玲 譯出 版廠商:美商麥 格羅·希爾國際股份有限公司--台灣分公司出版日期:2000 年 10 月 26 日</li> </ul>										

科目簡介(含課程大綱及教學進度)：

單元一. (整合) 行銷傳播導論：

- 行銷傳播的新趨勢
- (整合) 行銷傳播的定義與內涵
- (整合) 行銷傳播核心概念及特色
- 傳統行銷與新(整合)行銷差異比較
- 整合行銷傳播的策略規劃流程

單元二： 品牌定位&廣告策略

- 市場區隔 品牌定位 & 目標消費群之鎖定
- 聯合力華的品牌定位的實際案例
- 針對競爭對手品牌來定位
- 針對消費者的使用目來定位

單元三. 整合行銷傳播首要原理運用

- 1.消費星座
- 2.廣告人格化
- 3. 品牌資產

單元四 從企業組織觀點來探討 (整合) 行銷傳播企劃專案

- 訊息 媒介 以及創意策略

單元五 行銷傳播效果評估： 用質化研究來使創意〔成長〕  
用量化研究來評估執行成果

說明：

1. 授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組;並於開始上課時，將本內容向學生說明。
2. 本表於 91.4.23 第四次校課程委員會討論通過。

課程委員會召集人：

資傳系  
主任 張世儔

授課教師：

王婷玉

郭惠珊

課務組  
97.5.9  
收文章