

## 106 學年度大學部課程綱要

課程名稱：(中文) 整合行銷傳播		開課單位	經營管理系	
(英文) Integrated Marketing communication		課程代碼	225038	
可授課教師：王福閩				
學分數/時數	3/3	<input type="checkbox"/> 必修(基礎) <input type="checkbox"/> 必修(核心) <input type="checkbox"/> 必修(總整) <input checked="" type="checkbox"/> 選修	年級/學期	4/2
先修科目或先備能力：行銷學/廣告學				
課程目標：從品牌(組織)、媒介工具與消費者三個構面，結合理論與實務來探討整合行銷傳播，使同學在學習時能理解原理並可應用於未來工作或進修研究上。				
科目性質： (可複選)	<input type="checkbox"/> 基礎科目 <input type="checkbox"/> 功能性科目 <input type="checkbox"/> 分析性科目 <input type="checkbox"/> 整合性科目 <input type="checkbox"/> 問題導向學習性科目(PBL)			
課程簡介：整合行銷傳播概念、相關理論介紹、個案分享與討論				
教科書	無			
參考書	無			
E化教學平台	<a href="http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php">http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php</a> (E-learning)			
教學方法 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 理論講授、 <input checked="" type="checkbox"/> 實務講授、 <input checked="" type="checkbox"/> 個案分析、 <input type="checkbox"/> 企業參訪、 <input type="checkbox"/> 業師協同、 <input type="checkbox"/> 遠距教學、 <input checked="" type="checkbox"/> 分組實作、 <input checked="" type="checkbox"/> 課堂練習、 <input type="checkbox"/> 演講、 <input type="checkbox"/> 其它_____			
評量方法 (可複選)	<input type="checkbox"/> 筆試、 <input checked="" type="checkbox"/> 實作(作業)、 <input checked="" type="checkbox"/> 書面報告、 <input checked="" type="checkbox"/> 口頭簡報、 <input type="checkbox"/> 競賽、 <input type="checkbox"/> 其它_____			
課程綱要			培育之核心能力	
單元主題	內容			
整合行銷傳播	整合行銷傳播的概念/整合行銷傳播與行銷管理(市場調查) 和平紀念日補假 整合行銷傳播與策略分析(行銷策略) 整合行銷傳播與品牌 整合行銷傳播與消費者 整合行銷傳播工具—廣告與媒體採購 整合行銷傳播工具—公共關係與合作贊助行銷 整合行銷傳播工具—體驗行銷、事件行銷與會展行銷 整合行銷傳播工具—促銷、關係管理 整合行銷傳播工具—數位行銷		<input checked="" type="checkbox"/> 基礎專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 問題解決 <input checked="" type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 溝通整合 <input checked="" type="checkbox"/> 倫理態度	
單元主題 研討	個案研討		<input type="checkbox"/> 基礎專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input checked="" type="checkbox"/> 溝通整合 <input type="checkbox"/> 倫理態度	
整合行銷傳播 專題報告	專題期中報告 專題期末報告		<input type="checkbox"/> 基礎專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input checked="" type="checkbox"/> 溝通整合 <input type="checkbox"/> 倫理態度	

檢核具備核心能力方式：

方式	內容	配分(%)			
		基礎專業知識	問題解決	團隊合作	自主學習
單元主題 研討 50%	1. 講授各單元理論與實務後，以分組方式進行相關個案討論 2. 透過個案研討，確認學生理解整合行銷傳播的專業知識與倫理態度，培養學生團隊合作並應用專業解決問題的能力。	50		20	
		20			10
					10
專題期中報告 20%	1. 各組自選特定品牌商品之整合行銷傳播進行專題研究，並於期中時進行初步審查。 2. 瞭解各組學生對所欲研究議題的掌握程度及初步研究情況，並進行指導與糾正，以確認學生能使用正確的專業知識、倫理態度與研究工具，分析研究議題，確保專題研究的執行品質。	20		15	
		20			20
		15			10
專題期末報告 30%	1. 各組進行整合行銷傳播專題的期末發表，由授課教師與修課同學共同進行期末審查。 2. 瞭解各組學生對所研究議題的掌握程度及研究成果，確認學生能使用正確的專業知識、倫理態度與研究工具，深入分析研究議題，並使之具備自主學習、團隊合作與溝通整合能力。	20		15	
		20			20
		15			10

檢核標準：

幾乎能展現：A~A+、能展現 75% 水準：B~B+、能展現 60% 水準：C~C+、僅能展現 60% 以下水準：F~D

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】

填表教師\_\_\_\_\_

審查教師\_\_\_\_\_

模組召集人\_\_\_\_\_

系主任\_\_\_\_\_