

# 100-1 大葉大學 完整版課綱

## 基本資訊

課程名稱	設計與行銷	科目序號 / 代號	2245 / VDD3131
開課系所	視覺傳達設計學系	學制 / 班級	大學日間部3年1班
任課教師	張魁	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 2	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(四)34 / G402	授課語言別	中文

## 課程簡介

學習行銷相關理論，透過對市場、消費者、產品、價格、通路、促銷及品牌的了解，強化行銷管理的認知與認識。

## 課程大綱

市場區隔與定位、消費者行為和消費者關係管理、品牌資產管理等

## 基本能力或先修課程

無

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  媒體整合能力
-  獨特創造力
-  宏觀視野
-  主動積極態度
-  社會關懷
-  E化時代的知識學習
-  負責任的團隊

## 教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

媒體整合能力	10%	媒體實作能力 專案分析與企劃能力 跨領域整合能力 作品展示與行銷能力 具備視覺藝術思辨能力 與美學判斷力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞	分組報告: 15% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 15% 課程參與度: 20%	加總: 100	10
獨特創造力	20%	想像力與創意思考 執行與表現能力 具備構思、發展與完成 創作計畫之能力 具備藝術創作之觀念與 思辨能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 15% 課堂討論: 15% 課程參與度: 20%	加總: 100	20
宏觀視野	20%	設計藝術類外語之聽讀 說寫能力 國際設計藝術相關新知 之涉獵 國際設計藝術相關競賽 之參與 具備基本藝術人文素養	講述法 個案討論 影片欣賞	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 15% 課堂討論: 15% 課程參與度: 20%	加總: 100	20
主動積極態度	10%	上課出席率 主動發現問題與解決問 題的能力 抗壓性	講述法 小組討論 個案討論	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 15% 課程參與度: 20% 口頭報告: 15%	加總: 100	10
社會關懷	10%	社會議題觀察與思辨能 力 對社會公益活動的關注 與支持 重視並參與人文關懷之 態度 重視並參與本土在地關 懷之態度 重視並參與藝術生態關 懷之態度 尊重多元文化與族群融 合之態度	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞	分組報告: 15% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 15% 課程參與度: 20%	加總: 100	10
E化時代的知識 學習	10%	了解社會脈動的能力 數位科技學習與應用的 能力 數位創新與發展能力 具備基本資訊處理能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞	分組報告: 15% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 15% 課程參與度: 20%	加總: 100	10

負責的團隊	20%	與人溝通表達的能力 課中與教師同儕互動的能力 人際關係相處的能力 團隊合作的能力	講述法 小組討論 個案討論	分組報告: 15% 期中考: 25% 期末考: 25% 課堂討論: 15% 課程參與度: 20%	加總: 100	20
-------	-----	---	---------------------	--	---------	----

### 成績稽核

期中考: 25%  
 期末考: 25%  
 課程參與度: 20%  
 課堂討論: 13.5%  
 作業: 7.5%  
 分組報告: 7.5%  
 口頭報告: 1.5%

### 教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
行銷管理:理論與個案分析	張國雄		雙葉書廊	0

### 參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教材及專業期刊導讀				

### 上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程簡介	70	0	0	0	30
2	行銷的本質	70	0	0	0	30
3	策略行銷：行銷在策略規劃的角色	70	0	0	0	30
4	消費者購買行為	70	0	0	0	30
5	組織市場購買行為	70	0	0	0	30
6	市場區隔與目標市場選擇	70	0	0	0	30
7	市場區隔與目標市場選擇	70	0	0	0	30
8	產品策略	70	0	0	0	30
9	期中考	70	0	0	0	30
10	品牌策略	70	0	0	0	30
11	行銷通路	70	0	0	0	30
12	零售、批發與供應鏈管理	70	0	0	0	30
13	定價策略	70	0	0	0	30
14	整合行銷溝通	70	0	0	0	30

15	廣告、促銷與公共關係	70	0	0	0	30
16	廣告、促銷與公共關係	70	0	0	0	30
17	人員銷售與直效行銷	70	0	0	0	30
18	期末考	70	0	0	0	30

---