

101-2 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	2416 / VDD3131
開課系所	視覺傳達設計學系	學制 / 班級	大學日間部2年1班
任課教師	溫宏元	專兼任別	兼任
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	(五)CD / G506	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 實務操作(實 驗、上機或 實習等) 小組合作	分組報告: 5% 課程參與度: 5% 成品製作: 65% 同儕互評: 15% 小組合作狀況: 10%	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 實務操作(實 驗、上機或 實習等) 小組合作	分組報告: 5% 課程參與度: 5% 成品製作: 65% 同儕互評: 15% 小組合作狀況: 10%	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 實務操作(實 驗、上機或 實習等) 小組合作	分組報告: 5% 課程參與度: 5% 成品製作: 65% 同儕互評: 15% 小組合作狀況: 10%	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	實務操作(實 驗、上機或 實習等) 小組合作 學生上台報 告	分組報告: 5% 課程參與度: 5% 成品製作: 65% 同儕互評: 15% 小組合作狀況: 10%	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	實務操作(實 驗、上機或 實習等) 小組合作 學生上台報 告	分組報告: 5% 課程參與度: 5% 成品製作: 65% 同儕互評: 15% 小組合作狀況: 10%	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	實務操作(實 驗、上機或 實習等) 學生上台報 告	分組報告: 5% 課程參與度: 5% 成品製作: 65% 同儕互評: 15% 小組合作狀況: 10%	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	實務操作(實驗、上機或實習等) 小組合作	分組報告: 5% 課程參與度: 5% 成品製作: 65% 同儕互評: 15% 小組合作狀況: 10%	加總: 100	20
-------	-----	---	-------------------------	---	---------	----

成績稽核

成品製作: 65%
同儕互評: 15%
小組合作狀況: 10%
分組報告: 5%
課程參與度: 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
無參考教科書				

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
行銷管理	曾光華		前程文化事業有限公司	2006
自編教材	溫宏元			0

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	課程介紹、自我行銷	50	0	50	0	0
2	行銷的基本觀念	100	0	0	0	0
3	行銷資訊與行銷研究	100	0	0	0	0
4	行銷環境(分組)	100	0	0	0	0
5	消費市場與消費者行為	100	0	0	0	0
6	市場區隔、目標市場、定位(STP)(業主指派店家)	100	0	0	0	0
7	清明節休假	0	0	0	0	0
8	4Ps(產品、價格、通路、推廣)	100	0	0	0	0
9	廣告與促銷	100	0	0	0	0
10	期中小組提案與講解	30	0	70	0	0
11	期中小組提案與講解	30	0	70	0	0
12	個案分析與討論	40	0	0	0	60
13	個案分析與討論	40	0	0	0	60
14	分組討論與實作	0	0	100	0	0

15	分組討論與實作	0	0	100	0	0
16	分組討論與實作	0	0	100	0	0
17	期末發表	40	0	60	0	0
18	期末發表	40	0	60	0	0
