

# 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	2473 / VDB2020
開課系所	視覺傳達設計學系	學制 / 班級	進修學士班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

，如市場區隔與定位、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

-  宏觀視野
-  媒體整合能力
-  社會關懷
-  獨特創造力
-  主動積極的態度
-  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 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

宏觀視野	10%	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	10
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
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
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
主動積極的態度	20%	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	20
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		50		
2	行銷的基本觀念	100				
3	行銷資訊與行銷研究	100				
4	行銷環境(分組)	100				
5	消費市場與消費者行為	100				
6	市場區隔、目標市場、定位(STP)(業主指派店家)	100				
7	清明節休假	0				
8	4Ps(產品、價格、通路、推廣)	100				
9	廣告與促銷	100		0		
10	期中小組提案與講解	30		70		
11	期中小組提案與講解	30		70		
12	個案分析與討論	40				60
13	個案分析與討論	40				60
14	分組討論與實作			100		

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

---