

課程資訊	
課程名稱	傳播企劃 Communication Planning and Production
開課學期	106-2
授課對象	生物資源暨農學院 生物產業傳播暨發展學系
授課教師	林如森
課號	BICD3044
課程識別碼	610 39210
班次	
學分	3.0
全/半年	半年
必/選修	必帶
上課時間	星期二 2,3,4
上課地點	生傳 402 室
備註	兼傳播學程。 總人數上限：66 人
Ceiba 課程網頁	
核心能力關聯	核心能力與課程規劃關聯圖
課程大綱	
為確保您我的權利,請尊重智慧財產權及不得非法影印	
課程概述	<p>本課程結合心理學、行銷學、消費者行為、整合傳播行銷、市場分析（調查）及廣告學等學理，並輔以品牌行銷面向的實務來進行學習企劃撰寫與執行。</p> <p>傳播企劃課程主要專注在媒體企劃、公共關係企劃與創意行銷企劃，並引進整合行銷傳播公司業師，與學生分享成功傳播企劃案例，讓理念與實踐結合，同時邀請香港中文大學新聞暨傳播學院企業傳播研究所教授，與課程師生作學術交流，提升國際學術交流之領域。</p> <p>本課程期許修課同學，能培養撰寫企劃的本事與創意提案的專業能力，能有效結合自身所學專業知識，應用於個人未來職場之中。</p>

課程目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解產品、市場、消費者、廣告與媒體之間的關係。 2. 學習企劃撰寫及訓練邏輯思維。 3. 透過實務操作來熟悉企劃流程與實踐實務製作。 4. 培養未來職場的企劃能力。 																
課程要求	<ol style="list-style-type: none"> 1. 上課每堂必點，缺席一週扣 1 分，累計 18 次者，出缺勤 18 %，以 0 分計，全勤滿分 18 分。 2. 請假請於課前上學校請假系統，事假、病假需於次周上課提出證明，如無法提出證明以缺席計算。 																
Office Hours	另約時間																
參考書目	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelley, L. D., Jugenheimer, D. W., & Sheehan, K. (2012). Advertising media planning: A brand management approach. Armonk, N.Y.: M.E. Sharpe. 2. 戴國良 (2012)。圖解式成功撰寫行銷企劃案 (三版)。台北市：書泉出版社。 3. 王彩雲 (2012)。行銷傳播產業 100 問。台北市：動腦傳播股份有限公司。 4. 高橋憲行 (2011)。好企劃這樣寫就對了！(陳美瑛譯)。台北市：商周出版。 5. 黎守明 (2005)。年度整合行銷傳播企劃書實作指引。台北市：蓋登氏管理。 																
指定閱讀	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自編講義。 2. 陳萬達 (2012)。媒體企劃：跨媒體行銷趨勢與傳播策略。新北市：威仕曼文化事業股份有限公司。 																
評量方式 (僅供參考)	<table border="1" data-bbox="483 1406 1337 2033"> <thead> <tr> <th data-bbox="483 1406 544 1518">No.</th> <th data-bbox="544 1406 663 1518">項目</th> <th data-bbox="663 1406 762 1518">百分比</th> <th data-bbox="762 1406 1337 1518">說明</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="483 1518 544 1720">1.</td> <td data-bbox="544 1518 663 1720">類畢製 實務專 題提案</td> <td data-bbox="663 1518 762 1720">20%</td> <td data-bbox="762 1518 1337 1720">1. 口頭發表 (PPT 或動態型式簡報)。 2. 書面資料 (A4 企劃書提案)。 3. 電子檔 (PPT、PDF 及其他媒體實務電子原始檔)。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1720 544 1921">2.</td> <td data-bbox="544 1720 663 1921">類畢製 實務專 題成果</td> <td data-bbox="663 1720 762 1921">40%</td> <td data-bbox="762 1720 1337 1921">1. 口頭發表 (PPT 或動態型式簡報)。 2. 書面資料 (A4 完整企劃書)。 3. 電子檔 (PPT、PDF 及其他媒體實務電子原始檔)。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1921 544 2033">3.</td> <td data-bbox="544 1921 663 2033">課堂參 與</td> <td data-bbox="663 1921 762 2033">22%</td> <td data-bbox="762 1921 1337 2033">課堂學習互動及團隊表現。</td> </tr> </tbody> </table>	No.	項目	百分比	說明	1.	類畢製 實務專 題提案	20%	1. 口頭發表 (PPT 或動態型式簡報)。 2. 書面資料 (A4 企劃書提案)。 3. 電子檔 (PPT、PDF 及其他媒體實務電子原始檔)。	2.	類畢製 實務專 題成果	40%	1. 口頭發表 (PPT 或動態型式簡報)。 2. 書面資料 (A4 完整企劃書)。 3. 電子檔 (PPT、PDF 及其他媒體實務電子原始檔)。	3.	課堂參 與	22%	課堂學習互動及團隊表現。
No.	項目	百分比	說明														
1.	類畢製 實務專 題提案	20%	1. 口頭發表 (PPT 或動態型式簡報)。 2. 書面資料 (A4 企劃書提案)。 3. 電子檔 (PPT、PDF 及其他媒體實務電子原始檔)。														
2.	類畢製 實務專 題成果	40%	1. 口頭發表 (PPT 或動態型式簡報)。 2. 書面資料 (A4 完整企劃書)。 3. 電子檔 (PPT、PDF 及其他媒體實務電子原始檔)。														
3.	課堂參 與	22%	課堂學習互動及團隊表現。														

4.	出缺勤	18%	學生出席課堂表現。
----	-----	-----	-----------

課程進度

週次	日期	單元主題
第 1 週	2/27	課程調動說明
第 2 週	3/06	[課程簡介] 企劃的意義、企劃書架構與簡報
第 3 週	3/13	外在環境分析與內在環境分析
第 4 週	3/20	企劃策略、目標市場與定位
第 5 週	3/27	整合行銷傳播、預算、執行、時程規劃與效果評估 (1)
第 6 週	4/03	放假
第 7 週	4/10	整合行銷傳播、預算、執行、時程規劃與效果評估 (2)
第 8 週	4/17	業師時間：新視紀整合行銷傳播公司 公共關係部
第 9 週	4/24	類畢製提案報告
第 10 週	5/01	業師時間：新視紀整合行銷傳播公司 創意部
第 11 週	5/08	專題講座：TVBS 總經理室顧問、公共事務處總監阮淑祥--從媒體發展看媒體企劃
第 12 週	5/15	國際傳播企劃講座：邀請香港中文大學新聞暨傳播學院企業傳播研究所教授吳世家博士(曾任：香奈兒傳媒總經理、P&G 寶僑家品大中華區公共事務部協理 、台灣克萊斯勒公司行銷暨公關總監)
第 13 週	5/22	國際傳播企劃講座：邀請香港中文大學新聞暨傳播學院企業傳播研究所教授吳世家博士(曾任：香奈兒傳媒總經理、P&G 寶僑家品大中華區公共事務部協理 、台灣克萊斯勒公司行銷暨公關總監)

第 14 週	5/29	政府公標案之整合行銷
第 15 週	6/05	業師時間：新視紀整合行銷傳播公司 行銷企劃部
第 16 週	6/12	期末類畢製分組討論
第 17 週	6/19	期末類畢製實務專題：分組討論進度 —企劃成品簡報
第 18 週	6/26	【期末】 類畢製實務專題展示