

傳播碩士學位學程課程簡介

壹、教育目標

一、教育目標

碩士班目標在培養傳播專業知識的專業人才，不僅具有人文關懷、多元文化和國際視野，同時也能因應社會相關領域所需而與時俱進，並善盡傳播知識的傳承與提升。由於傳播的疆域不斷流動，未來行業無論名稱、性質都充滿變數。碩班課程最大的特色在於培養未來「不確定」領域之傳播人才，鼓勵和促成多個生涯之想像。

基於上述理念，碩士生的核心能力應呈現以下五個面向：（一）知識統整能力：能夠發現重要社會議題，抽繹、區辨、歸納訊息，並加以系統化和概念化的能力；（二）創新能力：能夠隨時隨地洞察社會情境、掌握傳播生態變動的趨勢，因應多重限制、規劃組合資源，並充分展現構想、觀念或作品的的能力；（三）資訊處理能力：能夠為專業工作領域從事資訊企劃、蒐集、評估，並使用當代各種媒介（媒材）陳述、表達和傳佈資訊的能力；（四）領導統御能力：能夠在組織／團體中獲得認同、凝聚群體資源、並促使社群或組織成員協同合作的能力；以及（五）專業倫理能力：能夠因應情境，認知、理解、遵循及反思人我分際、工作本質、以及組織規範的能力。

傳院課程以培養可長可久、可對應多種生涯的能力為宗旨。就學習而言，不設立目標也表示學習不再如以往，只是習得一套固定的知識和技能（如新聞專業）。理想上每個人都是獨特的個體，均應適才適性發展出最適合自己的專業，而在傳院則意味著每個人都該發展出自己的學程。研究部近年來的課程發展重點，可歸結為以下二項：

（一）課程精神轉向：在傳播生態驟變的時代裡，教育工作者固然需要審時度勢、想像傳播的走向，並提出幾套組合知識的模式作為範例以供參考，但教育工作者對於未來想像有時而窮，為了實踐非目標設計的理念，課程定位應迥異於往昔由上而下精密規劃、以教師為主體的課程精神，取而代之的是以學生為主體、重視環境和選擇課程精神。在這套精神下，碩士生才是課程主角，授課教師是配角。本院建議的課程猶如套餐，僅供參考，碩生必須斟酌志趣和先前知識，設計符合自己需求的課程。其次，課程重點不在內容，而在促發學生對傳播事業的想像。因此研究部除例示的幾項專業外，提供自主專業之選項，除基礎、核心課程外，碩士生有相當大的彈性空間組合自己的課程。

（二）資源整合和能量提昇：課程資源有限，而知識疆域無窮。因此必須將課程資源發揮得淋漓盡致。本院課程不患寡而患不均。研究部成立後便創造了一定的經濟規模，有利整

合全院教學資源。過去三個碩班各自開課，跨所選課關卡重重，造成課程資源浪費。目前碩生入學，可選修任一學程；選修課全部開放選修。

二、未來發展方向

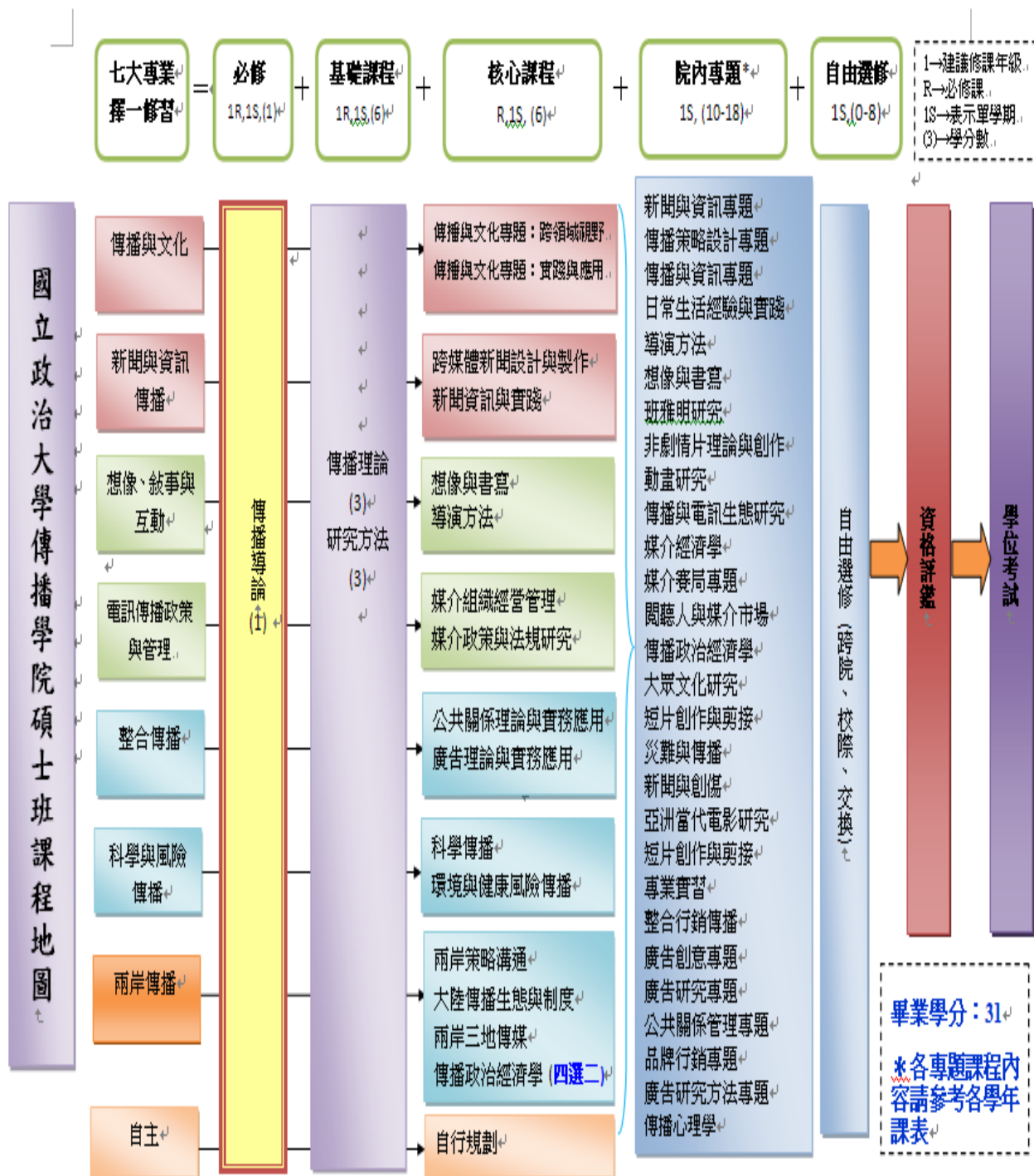
本院碩士生畢業後大致可區分為二途，有些學生繼續攻讀國內外博士學位、並服務於臺灣本地學術界。本院在碩士階段給予紮實的學術養成和思維訓練，使畢業生們得以在其後的學術和實務界的競爭中勝出，因而也成就了本院碩士班的社會影響力。

本院碩士班未來可以長足發展的部分，是透過實務研究展現實務界的影響力。現在傳播科系大量增加之後，人才濟濟，若未來要在實務界展現影響力，關鍵在於本院的研究能力，也就是培養他校較稀缺的實務研究人才，唯有如此直接貢獻才能與他校系區隔。碩班產出的應是產業界的高階人才，訓練出傳播產業的解題人才（problem-solver），則未來在實務界較有機會嶄露頭角。

本碩士班成立以來，即為傳播學術和實務界作育英才，迄今已經具備相當規模，也為本院累積一定程度的社會聲望。由於傳播生態遽變，本院最近三年以來、已經逐漸走向專業學院。過去本院教師過去大多投入基礎理論研究，教師研究經驗豐富、領域多元。然而，由於情境變遷，本院碩生出路在實務領域，和研究為主的理論知識之間，尚有落差，未來如何配合學生需求，將理論素養優勢轉換為專業優勢，是一大挑戰。有鑑於此，未來擬在本院原有理論基礎上、持續推動組織調整和課程教學更新，俾能因應未來調適從「學術專業走向學術實務平衡」的動向。

貳、課程地圖

一、課程地圖



二、各專業簡介

專業名稱	專業宗旨	專業目標
傳播與文化	強調科際整合的跨領域理論基礎，旨在探索、分析、研究傳播媒體與社會各領域之間的互動過程及結果，培養研究與創作的紮實根基。	本專業目標在培養學生整合社會、經濟、科技與人文領域知識之能力，並能將之運用於傳播研究與實務。
新聞與資訊傳播	掌握社會環境變遷與科技趨勢對媒體形式之影響；強調反思、分析並批判社會議題之能力；實踐專業倫理之承諾與信念；積極培養紮實採寫及跨媒體製作之專業技藝。	培養具有新聞暨資訊專業素養之傳播工作者，擅於發掘及界定問題、蒐集與判別資料、運用不同媒材製作新聞暨資訊成品，並能有效傳播。
想像、敘事與互動	培養傳播內容產製人才，期使學生具備想像、敘事與互動之專業知能，批判、關懷與獨立思考的態度，深厚的人文與藝術涵養、及宏觀的未來視野與國際競爭合作能力。	培養學生的創意、企劃、設計等想像能力；培養學生使用文字、圖像、影像、聲音、表演工具的技藝能力；培養學生準確建構故事內容與話語形式的說故事能力；培養學生掌握新媒體之非線性敘事、跨媒材敘事、資料庫敘事、互動、隨境敘事、行動內容、社群共創等特質，以適應新媒體時代內容產製變化之能力；培養學生跨媒材、跨文類、跨文本、跨媒介之整合能力；培養學生兼具理論基礎與實務創作的的能力
電訊傳播政策與管理	隨著數位科技快速發展，傳播、電訊與網路產業整合匯流，消費者可以透過各種個人行動裝置消費電視、廣播、雜誌與報紙等數位多媒體內容，或是藉由即時通訊與社群軟體，取代傳統語音電話與人際溝通，而持續擴大的集團化，也引起資源效率與市場壟斷的辯證。新媒體服務挑戰既有的組織管理、商業模式、競爭政策與法律規範，產業界需要不斷創新競爭，才能面對更多不確定的挑戰。因此本專業學程希望提供學生系統性的知識、理論與實務課程，協助學術與產業間	從政策及經營管理面向探究傳播、電訊與網路等市場生態與科技發展，回應數位匯流產業的不斷變化。提供內部組織經營、產業外部環境分析與政策思考能力。整合不同專業知識，使學生更具宏觀博學素養，培養跨領域的未來創新創業、與政策規劃的領導人才。

	對話，思考具創新的組織管理、商業模式、與兼顧均衡的政策制度。	
科學與風險傳播	掌握與因應國內外對重要科學發展、科技應用與風險議題的關注；熟悉科學發展或科技應用產業趨勢及對公眾或消費者之社會影響；結合跨領域研究與實務，因應前瞻性社會趨勢及需求；配合院內外相關研究之發展，打造傳院與政大特色課程。	培養熟悉現代科學與風險社會議題之溝通與媒體人才，或有志從事跨領域研究與實務之人才。
整合傳播	深化廣告與公關的理論與實務應用，並進一步針對文化創意產業、數位內容、藝術管理、體驗行銷與美學經濟領域，開設進階專題課程，拓展學生參與設計與美學產業的可能。	面對未來廣告、傳播、電訊、網路產業的競爭發展與國際經濟產業變革之需求，回應整體產業的成長，強化研究生專業能力，整合相關領域的專業知識，使學生更具宏觀博學的素養。整合傳播專業將開設整合行銷傳播、廣告創意、公關理論等課程。未來，課程將延伸至設計、美學與文化產業，針對目前文化創意產業、數位內容、藝術管理、體驗行銷與美學經濟領域，開設進階專題課程，擴展學生參與設計與美學產業的可能。
兩岸傳播	本專業發展的宗旨可分述如下：瞭解兩岸傳播議題和社會發展趨勢；以兩岸為跨文化傳播的場域，觀察和探索各種傳播現象，以及發展理論知識；學習應用相關理論知識，以解決兩岸傳播相關問題。	臺灣和中國因地域接近以及雙方往來日趨頻繁，傳播相關議題也逐漸成為一個特定知識領域。本院研究部發展這個專業領域，一方面是以華人傳播研究為基底，期能開拓本院傳播研究新領域；另一方面則希望透過傳播和其它知識的跨域整合，成為支援本院或本校其它專業領域的知識資源。本專業將培養有志從事台灣與中國的華人傳播現象觀察和理論探究的研究人才，以及未來因在工作或生活必須熟悉兩岸傳播現況的實務工作者。
自主專業	體現自主學習的本質，與學業導師諮商並經院核可後，自行組合專業修習。	

三、專業課程結構表

政治大學傳播學院 105 學年度「傳播碩士學位學程」專業課程結構表

專業名稱	傳播與文化	新聞與資訊傳播	想像、敘事與互動	電訊傳播政策與管理	科學與風險傳播	整合傳播	兩岸傳播	自主專業
院必修 (1 學分)	傳播導論 (1 學分)							
基礎課程 (6 學分)	傳播理論 (3 學分) 研究方法 (3 學分)							
核心課程 (6 學分)	1. 傳播與文化 專題: 跨領域視野 2. 傳播與文化 專題: 實踐與應用	1. 跨媒體新聞設計與製作 2. 新聞資訊與實踐	1. 想像與書寫 2. 導演方法	1. 媒介組織經營與管理 2. 媒介政策與法規研究	1. 科學傳播 2. 環境與健康風險傳播	1. 廣告理論與實務應用 2. 公共關係理論與實務應用	1. 兩岸策略溝通 2. 大陸傳播生態與制度 3. 兩岸三地傳媒 4. 傳播政治經濟學 (四選二)	自行規劃
專題選修	自行規劃							
畢業要求	<p>★畢業總學分數：31 學分。</p> <p>★全院必修：1 學分；基礎：6 學分；核心：6 學分。</p> <p>★自由選修：畢業總學分數四分之一，經與導師諮商後得自由修習本班或外院課程。</p> <p>★論文不計學分。</p> <p>★畢業要求：依傳播碩士學位學程規定辦理。</p>							

參、畢業門檻檢定及修業規定

畢業學分	31 學分
必修科目	1 學分
基礎科目	6 學分
核心科目	6 學分
選修科目	18 學分
特殊修課規定	依照各專業規定
資格檢定	1. 資格考核（五選一） 2. 學位考試

肆、課程規劃

傳播碩 上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
464001001	傳播導論	必	1
464860011	傳播理論	選	3
464860021	傳播理論	選	3
464860031	傳播理論	選	3
464861011	研究方法	選	3
464861021	研究方法	選	3

464861031	研究方法	選	3
464862001	傳播與文化專題：實踐與應用	選	3
464864001	跨媒體新聞設計與製作	選	3
464915001	導演方法	選	3
464872001	公共關係理論與實務應用	選	3
464876001	科學傳播	選	3
464874001	媒介政策與法規研究	選	3
464886001	製程管理－媒介創新與創業	選	3
464887001	民意原理	選	3
464895001	社群媒體資料分析	選	3
464913001	文化創意產業發展策略與實例	選	3
464918001	閱聽人與媒介市場	選	3
464924001	品牌行銷專題研究	選	3
464930001	大眾文化研究	選	3
464937001	專業實習	選	1
464846001	媒體與創傷	選	3
464947001	當代大眾傳播問題	選	3
464948001	運動、媒體與社會	選	3
464848001	電影欣賞與評鑑	選	3

464841001	服務型機器人在產業中的應用	選	3
464845001	2017 東京「想像亞洲」創作實務工作坊	選	1
傳播碩 下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
464863001	傳播與文化專題：跨領域視野	選	3
464865001	新聞資訊與實踐	選	3
464875001	媒介組織經營管理	選	3
464873001	廣告理論與實務應用	選	3
464877001	環境與健康風險傳播	選	3
464879001	大陸傳播生態與制度	選	3
464880001	社交與娛樂媒體	選	3
464888001	媒介經濟學	選	3
464893001	創意溝通專題：美術攝影創作	選	3
464894001	廣告策略與管理講座	選	3
464899001	電通安吉斯講堂	選	3
464900001	廣告創意－洞察、體驗暨溝通	選	3
464906001	報導文學	選	3
464917001	專題－短片編劇與賞析	選	3
464919001	日常生活經驗與實踐	選	3

464921001	台灣電通講堂：新廣告實戰解密	選	3
464925001	整合行銷傳播	選	3
464926001	傳播心理學	選	3
464929001	傳播政治經濟學	選	3
464932001	言說分析	選	3
464934001	性別與傳播科技	選	3
464935001	想像與書寫	選	3
484847001	廣電敘事研究	選	3
464849001	閱聽人研究	選	3
464850001	批判傳播理論——新媒體篇	選	3
464851001	聲音藝術與錄音工程	選	2
464859001	媒體實踐理論與方法	選	3
464939001	跨文化傳播專題	選	3
464843001	公共關係管理專題	選	3
464842001	實驗設計	選	3
464844001	中國新媒體研究	選	3
464841001	服務型機器人在產業中的應用	選	3
464856001	設計未來傳播	選	3

註：實際上課時間以教務處公告為準

伍、課程總覽

上學期

464001001	傳播導論	必修	上學期	1 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	上這門課，請先問自己下面幾個問題：大學／研究所對你（妳）有何用？大學／研究所對你（妳）的意義是什麼？這門課將從這幾個問題的發想開始，幫助同學們認識傳播學院提供的學習環境。				
上課內容 Course Description	<p>（一）課前讀物心得分享。</p> <p>（二）課堂分組報告（組作業）：每組就單元主題與讀本，提出口頭報告。各組的報告順序，於課堂抽籤決定。報告可採用各種傳播形式，請發揮創意。報告必須達到傳播專業之要求（如：結構清晰、明白易懂、生動活化等），將為分數評估的重要標準。每次報告至少派 3 位同學上場，報告的同學不可重複，盡量讓所有同學都上台參與報告，展現團隊合作的成果，請留意組內的工作分配。</p> <p>（三）討論每單元報告後，請各位同學踴躍發言分享、參與討論，每人以 3 分鐘為限。</p> <p>（四）世界咖啡館討論和報告形式將直接在課堂上說明。每組抽點兩人擔任桌長，桌長需上台進行 15 分鐘的報告（希望能藉由活動認識其他組別的組員，並對當前的議題進行討論交流）。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464860011	傳播理論	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	The objective of this course is to familiarize students with various perspectives on communication theory and to enhance students' ability to analyze communication phenomenon.				
上課內容 Course Description	Course materials cover a range of topics, including media effects, entertainment, new media, and so on.				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

464860021	傳播理論	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>瞭解「理論建構」的構成要素</p> <p>熟稔傳播研究史上重要的傳播理論流派與現況</p> <p>學習「理論地」思考，並練習理論應用於研究</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 基礎概念介紹：什麼是「理論」？「典範」為何重要？「傳播理論」範疇如何？</p> <p>(二) 心理學與社會心理學取徑：效果以及效果有限論</p> <p>(三) 文化研究取徑：：政治經濟學、全球化、接收分析、日常生活</p> <p>(四) 媒體科技的關鍵地位：UGC 與社群媒體理論</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>15</u> 小時</p>					

464860031	傳播理論	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>本課程著重介紹媒體與傳播理論，使學生更了解實證論與建構論之間的對話，並思考如何從當代媒體環境出發，思考這些理論的意義。修完這門課後，學生應能指出不同學派理論的差異與優劣，進而對當代媒體現象提出自己的觀察與分析。</p>				
上課內容 Course Description	<p>在眾多與媒體及傳播相關的理論中，本課程較注重批判和文化研究。美國實證傳統的理論如媒體效果研究、議題設定、涵化、電視暴力研究等也會在課程中提及，與文化及政經研究的傳統相互對照並辯論。期待學生能理解所謂媒介效果應該置於更寬廣的文化情境來理解，傳播科技也並非單線地創新傳布，而需與在地文化協商、揉和，由使用者與媒體科技互動而產生的影響，使得傳播的影響力持續存在而且不斷變形。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

464861011	研究方法	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 熟悉研究方法基礎知識。</p> <p>(二) 了解量化與質化研究方法及其應用。</p> <p>(三) 介紹方法論與操作實踐的關係，並能進行傳播研究。</p> <p>熟悉大數據和社群媒體研究方法與應用最新發展。</p>				
上課內容 Course Description	<p>傳播研究基礎：</p> <p>(一) 研究基本概念；(二) 從問題意識到研究問題、研究假設；(三) 研究設計與規劃；(四) 概念到量測；(五) 研究倫理；(六) 信度與效度；(七) 抽樣。</p> <p>量化方法：</p> <p>(一) 實驗法；(二) 調查法；(三) 內容分析</p> <p>質性方法：(一) 田野調查；(二) 參與觀察；(三) 深度訪談；</p> <p>大數據與社群媒體研究方法與應用</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時</p>					

464861021	研究方法	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>This class is developed with the following objectives in mind, including:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Help students understand the relationship between communication phenomena and communication research methods; 2. Help students understand a variety of research methods and measurement techniques; 3. Improve students' critical thinking capability in terms of evaluating research methods; 4. Equip students with the capability of developing, conducting, and analyzing communication research. 				
上課內容 Course Description	<ol style="list-style-type: none"> 1. Course Introduction Science and Research; 2. Research Ethics; 3. Conceptualization, Operationalization, Measurement, and Research Design; 4. Validity and Reliability; 5. Case Study; 6. Group Meeting; 7. Group Presentation; 8. Experimentation; 9. Midterm Exam; 10. Sampling Quiz 1; 11. Guest Lecture: Big Data Analysis; 12. Survey Quiz 2; 13. SPSS Workshop 1; 14. Content Analysis Quiz 3; 15. SPSS Workshop 2; 16. Guest Lecture: Qualitative Research Methods; 17. Group Discussion Term Project Submission 				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3-5</u> 小時</p>					

464861031	研究方法	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	培養發現、剖析社會與傳播現象或問題的能力；指導如何評析科學方法與傳播研究之間的關係；指導操練研究過程各步驟所需的執行方法與能力；提供各類社會科學研究法的基本知識及其在傳播上的應用；訓練如何評估研究論文的優劣；介紹經常使用的量化分析與統計方法，以及訓練如何構思一個完整的研究計畫。				
上課內容 Course Description	（一）人類科學探索--做研究的基礎概念；（二）研究之基本要素—理論建構---概念化、操作化測量；（三）指標、量表與分類與建構；（四）指標與量表之效度與信度---訪問調查法--問卷設計；（五）抽樣方法與相關問題；（六）內容分析法；（七）觀察方式—實驗法；（八）EICP 資料庫工作坊；（九）質化研究--焦點團體討論法；（十）德菲法；（十一）資料之量化處理與基礎分析；（十二）因素分析與信度檢驗（電腦教室）；（十三）假設檢定／交叉分析/卡方檢定；（十四）關聯性分析(Correlation)；（十五）迴歸分析(Regression)（電腦教室）；（十六）多變量資料分析法；（十七）因果結構模式（電腦教室）。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464862001	傳播與文化專題：實踐與應用	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	（一）從參與、觀察、田野經驗學習反思，與理論對話； （二）從概念、理論、取徑、到與相應社群、對象對話、修正實做計畫、完成成品。				
上課內容 Course Description	（一）說明從事研究的田野、場域、蒐集資料屬性與方法； （二）研讀理論與相關經驗研究； （三）修正研究設計與實務成品，在對話中發展、完成。				
預估每周課外學習時間 <u>12</u> 小時					

464864001	跨媒體新聞設計與製作	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 教授跨媒體新聞設計與製作所需之學理</p> <p>(二) 培養學生進行跨媒體新聞研究與創作之能力</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) (跨)媒體與新聞發展</p> <p>(二) 新聞與敘事</p> <p>(三) (跨)媒體與新聞敘事</p> <p>(四) 網路與新聞</p> <p>(五) 跨媒體新聞與使用者</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464915001	導演方法	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 本課程為「想像、敘事與互動」學程之進階創作課程。本課程之前端課程為「想像與書寫」。藉此規劃，本學程學生得於研究學期期間，由深入淺學習與體驗創作歷程，並磨練創作過程中所必須之藝術技藝。最終，學程學生得以此為基礎，進行個人之學位論文作品創作。</p> <p>(二) 以影像作品為主，但將同時包括文字、聲音、圖像、互動型式。最終作品將為多媒體型式作品，以多種不同媒體型式與版本，呈現一個故事的多種樣貌。除學期作品外，每週均有相當練習作業與閱讀，以確定學生對於專業創作的完整理解。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 基本靜態視覺語言學習</p> <p>(二) 基本動態視覺語言學習</p> <p>(三) 基本導演學學習</p> <p>(四) 基本製作學學習</p>				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464872001	公共關係理論與實務應用	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	At a graduate-level, this course is aimed to introduce you to the professional and academic work in the broad area of public relations. The goals of the course are: (1) to develop your understanding of public relations and communication management, its process, and its impact; (2) to cultivate your ability in critical thinking about the complicated theoretical and practical issues involved in this area's developments.				
上課內容 Course Description	The class includes lectures but is largely comprised of in-class discussions and interactions. In a form of a seminar, it requires active participation of every class member in order to be a successful, valuable, and interesting class. Although the professor decides the directions of the class, the students have major responsibility to contribute to class content, bringing materials and ideas to the class. The majority of the course materials (including readings and exams) are in English, and so may be part of the lectures. This is aimed to provide you with the most current knowledge in the field and to help you be better prepared for the profession or future academic career, which increasingly demands English proficiency. However, you may use Chinese when you speak and in your written work, including the exam.				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

464876001	科學傳播	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	科學以和現代生活密不可分，許多重要的政治、社會議題也都具有科學成分。為了讓科學發揮其正面效益、和社會共同永續和諧發展，我們必須依靠科學傳播。傳統的科學傳播，強調從科學家到常民的上對下傳教模式，然而近年來科學或科技的發展已非完全掌握在科學家之手，民眾、媒體、政策法規、文化等皆是影響科學、科技走向的重要因素。因此科學傳播廣義上應包含上述各利害關係人在某些特定社會文化情境下的溝通。本課程即是基於這樣的想法，試圖探討科學傳播的內涵，以及其在社會中的應用。				
上課內容 Course Description	(一) 科學傳播的方向與未來；(二) 政治情境下的科學；(三) 科學素養／知識的概念與測量；(四) 對於科學知識的不同想法；(五) 認知捷徑與科學態度；(六) 認知捷徑的交互作用影響；(七) 媒體與公眾科學參與；(八) 行為的促進；(九) 媒體中的科學；(十) 媒體對爭議科學的報導(應然與實然)；(十一) 科學的文化內涵；(十二) 新媒體；(十三) 新媒體上的科學訊息；(十四) 大眾影片或紀錄片之影響				
預估每周課外學習時間 <u> 4 </u> 小時					

464874001	媒介政策與法規研究	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程旨在提供電子媒介政策與法規最重要的內容，希望同學能掌握本課程的內容與指定閱讀範圍。本課程除了討論國際電子媒介政策與法規的基本原理，也探討我國的電訊傳播政策與法規，並且讓修課學生有分析與應用電訊傳播法規的能力。				
上課內容 Course Description	(一) 電訊傳播法規制度與政策；(二) 新聞自由與廣電自由；(三) 電信與廣電法規的理論基礎；(四) 結構法規；(五) 內容法規；(六) 廣告與置入型行銷；(七) 媒體與誹謗；(八) 媒體與隱私權的保護；(九) 電訊法規；(十) 新傳播科技、網路媒體的規範 (VOIP, OTT) (十一) 數位媒體與數位匯流法規。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464886001	製程管理－媒介創新與創業	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 瞭解產業創新創業的理論知識， (二) 培養媒體產業創新創業的能耐， (三) 探索創新創業的可能機會。				
上課內容 Course Description	(一) 創新理論，創業系統，商業模式等知識研討 (二) 創新創業個案研討 (三) 大數據，內容導購，社會企業，網紅自媒體等創業家面對面直擊＋著名媒體事業參訪 (四) 創業計劃實作練習。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

464887001	民意原理	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	(一) 啟迪民意理論的基本觀念、研究、歷史、途徑、著重傳播與民意 (二) 引導、瞭解民意測驗的實務、解析 (三) 討論台灣民意測驗的過程、成果與影響				
上課內容 Course Description	(一) 民意研究的歷史；(二) 民意研究的歷史；(三) 民意研究的途徑；(四) 民意研究的途徑；(五) 意見的形成；(六) 大眾傳播與民意；(七) 民意測驗的功用與影響；(八) 討論台灣民意測驗的功用與影響；(九) 民意與選舉；(十) 歷年來台灣民意與選舉相關實例解析；(十一) 民意測驗的過程與方法。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464895001	社群媒體資料分析	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課程是一門跨領域整合課程，旨在介紹當代社群媒體資料的分析和應用。同學透過閱讀認識社交媒體及其特質，並透過「做中學」分析資料而掌握社交媒體的運作策略。				
上課內容 Course Description	(一) 社群媒體總論：認識社群媒體的每個面向 (二) 分析方法/工具：熟悉操作社群媒體資料的基本技術分析策略 (三) 分析個案：應用資料解析社群媒體上的輿情趨勢				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

464918001	閱聽人與媒介市場	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程目標在從關懷數位傳播時代的「人」和「資訊社會媒體文化」為出發點，引導同學認識閱聽人的定位與訊息內容的關係，同時介紹行動平台與社群網站閱聽訊息，行動媒體規劃與影響、相關閱聽人分析流派、影音訊息測試方式、新興媒體形式如電玩、線上遊戲對使用者的影響、以及收視聽率和網路點閱的測量方式等；並引發同學思考及關心台灣地區的數位傳播生態現況，提出討論和前瞻方向。				
上課內容 Course Description	(一) 資訊社會與閱聽人 (二) 訊息接收與體驗 (三) 行動訊息設計與使用 (四) 社群與傳播媒體 (五) 社群與公民參與 (六) 社交媒體與資訊分享 (七) 資訊社會閱聽分析 (八) 影音研究設計應用 (九) 媒體結構與訊息變革				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

464913001	文化創意產業發展策略與實例	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>文化是族群集體記憶與歷史軌跡，也是生活方式真實的呈現；而創意是提昇價值的創新思維或作法，予以商品化或傳播化，因此所謂文創，就是在文化基礎下，所進行的創新思維或作為。簡單的說「文創＝文化＋創意」，當然二者不應只是物理性的結合，更應該做化學性的質變，以創造 1+1>2 的綜效 (synergy)，創意執行後可超出原有價值，創造額外的價格、功能、使用壽命、使用範圍、便利性……等附加利益，形成可預見、可量化的價值提昇 (value-added)。</p> <p>將「文創」視為「文化」與「創意」二元互動，是本課程的特色，期使學生經由關注「斯土斯民」，培養「文化商品化、商品文化化」的創新力。</p>				
上課內容 Course Description	(一) 導論：文創與其相關領域；(二) 文創管理 I：消費者管理；(三) 文創管理 II：商品管理；(四) 文創管理 III：品牌管理；(五) 文創管理 IV：行銷活動管理；(六) 城市文創行銷；(七) 台北城市美學之形塑：文創行銷思維；(八) 博物館文創行銷；(九) 內容商品文創行銷；(十) 在地文化文創行銷；(十一) 工廠文創行銷；(十二) 商圈文創行銷；(十三) 他項商品文創行銷；(十四) 區域文創行銷：《瀨戶內海藝術季》個案；(十五) 結論：回歸「文化」與「創意」；(十六) 校外參訪；(十七) 期末報告				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

464924001	品牌行銷專題研究	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 理解並能應用品牌行銷相關理論 (二) 利用整合行銷傳播理論發展國際競爭品牌 (三) 利用故事行銷發展品牌個性。				
上課內容 Course Description	1. Brands & Brands Management 2. Brands Positioning & Values 3. Customer-based Brand Equity 4. Choose Brand Elements 5. Marketing Strategy to Brand Equity 6. Marketing Programs to Brand Equity 7. Mid-Term Exam 8. IMC to Build Brand Equity 9. Secondary Brand Knowledge to Brand Equity 10. Measurement on Brand Equity 11. Measuring Sources of Brand Equity 12. Implementing Brand Strategies 13. Brand Extensions 14. Brands Management				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

464930001	大眾文化研究	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	(一) 探討閱聽人對於大眾文化商品投注情感、時間與金錢的行為與心態。 (二) 特別關注由各種傳播科技和內容型式交錯構成的文化消費活動，尤其是「迷」文化的社群組成、情感動員、與科技應用。				
上課內容 Course Description	(一) 學期前半閱讀大眾文化相關的基本研究方向以及相關重要文章，包括：都市經驗、消費、日常生活之政治等等。 (二) 其後閱讀各種個案實例研究，檢討研究，並分享心得。閱讀的重點特別注意各篇的理論構成與研究方法。				
預估每周課外學習時間 <u> 6 </u> 小時					

464937001	專業實習	選修	上學期	1 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 將學校課堂裡，所學到的知識，有機會運用到實際的媒介環境中。</p> <p>(二) 可從瞭解傳播就業市場的層面切入，藉由模擬求職的方式，爭取實習機會，以進入專業工作的領域中，學習實務的工作經驗，進而將所學應用於現實，亦即理論結合實務的具體實踐。</p> <p>(三) 體驗科技在傳播上之運用和工作之中的人際關係。再者，亦可以學習團體、個人之工作倫理，並獲得寶貴的工作經驗。</p> <p>(四) 經由實習的過程，學習到許多現實社會中工作的經驗，有助於走向未來的就業市場，開展個人職涯；此外，對於尚未確定將來的目標或就業方向的學生，經由實習的過程，也可透過實習所得的寶貴經驗和方法來探知未來個人的職涯規劃。</p>				
上課內容 Course Description	依各實習單位規定之。				
預估總學習時間 <u>160</u> 小時					

464846001	媒體與創傷	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>學生在上完本課程希望能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 認識創傷壓力來源與創傷的重要性 2. 製作訊息過程中能覺知可能帶來的創傷後果 3. 正視自己的壓力來源並尋求支持 4. 具有媒體與創傷相關議題的研究能力 				
上課內容 Course Description	<p>傳播學院的學生不論是紀實敘事或是創意敘事，皆無法避免處理創傷新聞、事件與記憶，無論是拍攝、報導與故事製作，如何面對有創傷經驗的目擊者或受害者，如何詮釋創傷故事、瞭解創傷敘事帶來的影響，又如何釋放因為工作而累積的壓力。台灣新聞傳播教育長期缺乏創傷素養的相關課程，希望藉由此課程簡介基本創傷素養與資源，並提供討論空間與辯證與模擬實作機會。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3~6</u> 小時					

464947001	當代大眾傳播問題	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 運用傳播學理，探索當前重要傳媒議題的歷史根源，進而分析並評比舒緩這些問題的不同方案。</p> <p>(二) 豐富媒體素養、參與社會/媒體興革的認知與能力，並在瞭解本地傳媒及其運作環境後，掌握新聞及傳播工作的價值。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 探討「當代與歷史、世界與台灣」的連結，討論「中國因素」及「美國因素」與台灣傳媒的關係。</p> <p>(二) 釐清解嚴後的台灣媒體特徵，並給予評價。</p> <p>(三) 英美歐韓及拉丁美洲當前重要傳媒現象或議題的介紹與討論。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

464948001	運動、媒體與社會	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>本課程藉由運動此一當代社會極為重要的文化活動，透過西方學界的批判社會理論視野，探討本地運動文化及運動媒體的發展歷程</p>				
上課內容 Course Description	<p>本課程提供同學分析文化活動的批判社會學訓練，另一方面也解析媒體在運動等文化活動中所扮演的角色，主題包括運動媒體與國族、殖民、商品化、性別化、階級、種族、景觀社會等。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

464848001	電影欣賞與評鑑	選修	上學期	3 學分	傳播學、碩
課程目標 Course Objectives	<p>本課程將選用影視文本作為主要解析個案，透過逐鏡分析的近距閱讀，深入理解影視文本意義的句法構成、成文方法與語境意義，進而聯繫同學在各種課程上所學之諸般影視、敘事或傳播理論。</p> <p>所選文本將跨越不同的時代、主要的國族文化、從紀實到虛構的影片類型、由文學至動漫與電影電視的流行文化文本。並且，兼及不同的文化語境主題。所選文本視學校典藏、著作權規範和與同學之教學互動而或有調整。</p>				
上課內容 Course Description	<p>本課程之目標在總合想像敘事學程研究生之視覺傳播相關知識，並用於各類型影視文本之閱讀與分析。希望同學能透過本課程的文本分析，複習敘事、影像、聲音的構成，理解影視文本創作之技藝知識，並透過影視之內部理論與外部理論、底層結構與上層結構、文本分析與語境分析、歷時研究與共時研究，完整解讀影視文本的意義，並從而推演至對文本連結之社會、文化、哲學、美學、歷史、性別、國族、政治...之理解。</p> <p>本課程將選用影視文本作為主要解析個案，透過逐鏡分析的近距閱讀，深入理解影視文本意義的句法構成、成文方法與語境意義，進而聯繫同學在各種課程上所學之諸般影視、敘事或傳播理論。</p> <p>所選文本將跨越不同的時代、主要的國族文化、從紀實到虛構的影片類型、由文學至動漫與電影電視的流行文化文本。並且，兼及不同的文化語境主題。所選文本視學校典藏、著作權規範和與同學之教學互動而或有調整。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464841001	服務型機器人在產業中的應用	選修	上學期	3 學分	數位、傳碩
課程目標 Course Objectives	<p>「沛博科技」Pepper 機器人團隊，於政大傳播學院，建立全國第一個「Pepper 教學與研發中心」。本課程與鴻海集團子公司「沛博科技」（Pepper 機器人公司）產學合作。以 Pepper 機器人為平台，結合物聯網、大數據，共同開發未來數位內容與服務型機器人產業。</p>				
上課內容 Course Description	<p>全程為實作課程，為政大相關領域老師，與「沛博科技」業師共授。（一）介紹服務型機器人目前於各產業中之實例，建立學生了解服務型機器人知識模組、使用經驗與產業基本知識。（二）結合機器人基本知識與田野調查兩大方式，深入各產業了解服務自動化需求與痛點，提出產業發展、服務自動化服務流程、設計等建議。（三）延續期中田野調查之市場痛點，訂定解決方案，尋找產業痛點。透過分組方式了解，於期末進行創意提案，成為 Pepper 開發基石。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

464845001	2017 東京「想像亞洲」創作實務工作坊	選修	上學期	1 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>主題為「Tokyo: A Trans-Asian City」，成員來自台灣、日本、泰國、新加坡、英國，將於東京御茶水地區進行實地探察與見學，使與會成員能夠更瞭解當地的歷史淵源與俗民文化，在不同價值觀和社會情境之活躍激盪下，重新思考人與地域、身份、文化、創作型態之間複雜、多元而豐富的相互關係，並且期盼啟發學生創意，充分結合藝術與新媒體敘事，與來自不同文化的成員團隊合作，最終產出更具人文關懷和國際觀之跨文化及跨領域作品，以奠定未來持續合作之基礎，達到國際交流之目的。</p>				
上課內容 Course Description	<p>結合「想像亞洲」創意工作坊業已安排的活動內容，再搭配授課教師所聯絡之額外參訪行程，所規劃之課程將主要踏查東京御茶水地區，深度瞭解從江戶時代流傳至今的珍貴文化遺跡，並由專人導覽各類美術館、博物館與媒體機構，考察當地的人文風景、古蹟再造、都市空間規劃，以了解東京如何將都會空間永續經營，展現老幹新枝的文化創意。希望能藉由課程設計激發修課同學的想像力和創造力，以思考日本在進入全球化之際，其國際化和傳統文化之間的互動狀態，並就亞洲觀點來討論東京樞紐位置與臺北、曼谷等城市的跨文化激盪情形。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 96 </u> 小時</p>					

下學期

464863001	傳播與文化專題：跨領域視野	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 使學生能理解多元文化與品牌公關行銷之間的關聯；</p> <p>(二) 使學生能運用文化理論及方法分析新媒體環境中的流行文化現象；</p> <p>(三) 使學生能熟悉文化理論的學術研究版圖及培養研究及實作的精神與能力；</p> <p>(四) 使學生培養兼具人文關懷及國際視野的內容創作能力。</p>				
上課內容 Course Description	<p>課程以文化人類學的研究視角與方法，帶領同學共同探索當代媒體與流行文化現象，以及多元文化在媒體實務工作當中進行研究與應用的情形(新聞、廣電、廣告公關、品牌等)；主要的研究概念來自於哲學、語言人類學、文化人類學，課程主要涉及的範疇為：</p> <p>(一) 新媒體與流行文化；(二) 敘事與展演(如日本寶塚、口袋怪獸等文化現象；印度寶萊塢)；(三) 消費文化、公關廣告與品牌；(四) 民族誌影片與田野調查方法。</p> <p>上課方式除透過共同閱讀討論文獻，領略跨領域研究需要的理論背景及邏輯思辯的訓練，也透過分階段的小作業及期末跨領域實作作業，使同學從「做中學」的學習方法當中，習得深描的田野技藝、批判思考的精神以及從事媒體工作所需的洞察力。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

464865001	新聞資訊與實踐	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>本課程為傳播碩新聞資訊專業的核心課程。本課程將從專家知識角度切入，分析各種新聞知識的相關理論，並探討新聞工作者如何實踐。學生透過閱讀、導讀、討論和撰寫報告，貼近這個領域的知識。</p>				
上課內容 Course Description	<p>本學期課程共分為五個部分，依循兩道軸線：工作類型(包括資料蒐集和查證，以及訪問)和情境類型(包括人際行動和時間結構)。每個部分教學活動，除基礎文獻閱讀之外，還有研究資料分析(使用既有訪談資料進行分析)，以及專家分享(和新聞工作者的現場互動)。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

464875001	媒介組織經營管理	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程之主旨，在於藉助系統理論之思維，運用策略管理之理論與知能，探析當代電子媒介經營管理之相關觀念原理、法則、知識與技巧，分析挑戰與問題，進而探討可能解決之道。其目的在使學習者能在面對當前匯流情境，以及激烈競爭之電子媒介市場時，得以掌握產業發展脈絡與洞悉其營運企圖，知曉其內涵之意理與作為，進而將學理與知能融會貫通，而能為己身所用。是故，本課程之具體學習目的包含：（一）掌握系統理論與建構系統思維；（二）知曉策略管理與應用；（三）確知當代媒介經理人之角色、職能與挑戰；（四）明瞭當前電子媒介經營管理之重要策略。				
上課內容 Course Description	本課程之開展，實奠基於系統思維與法則，靈活思謀以策略管理為核心意理與理論基礎，進而從當代知識管理來探析媒介應有的核心能力（core competence），以及如何建構此競爭優勢。故本課程相關之重要主題包括：系統理論、策略管理、競爭策略之觀念、思維、理論與知識，及經理人角色、職能與職責，推展至知識管理、品牌管理與整合行銷傳播等事業策略之觀念、理論與知識、技巧。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464873001	廣告理論與實務應用	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	熟悉廣告研究與理論的主要脈絡、並能從理論/研究來檢視實務 campaigns 的效果。重視理論與案例的結合，除了理論的討論，也涵蓋廣告案例的討論，並希望同學能藉由此課程所學，針對實務現象發展出有發表潛力的論文。				
上課內容 Course Description	探討廣告作業流程與相關研究，並介紹廣告作為 branding 的工具--基本理論模式。在此架構下從訊息策略面、消費洞察面與媒介與工具切入主題。訊息策略面探索不同訴求（包括：故事、比較式、幽默、性、正面情感與恐懼訴求）、不同元素（包括：視覺與心象、音樂）與訊息來源；消費洞察面探索文化差異與消費自我概念；媒介情境與工具面探討節目情境、非傳統媒體與數位媒體）。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

464877001	環境與健康風險傳播	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	以關懷與現代社會息息相關的環境與健康風險議題作為出發點，希望從跨領域視角，理解、正視、善用、與反思傳播（包括大眾媒體）在面對健康與環境風險議題與爭議時的角色，並重思風險、社會、與公眾間的關係。				
上課內容 Course Description	（一）課程結構安排主要包括：風險論述與風險傳播、環境傳播/報導論述與重要問題探討、以及健康傳播/報導論述與重要問題探討。 （二）所囊括的個案將從當今兼具在地與全球高度風險爭議的健康醫療、環境變遷、污染、能源選擇等議題著手。				
預估每周課外學習時間 <u>5-6</u> 小時					

464879001	大陸傳播生態與制度	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	大陸傳媒有其特殊生態體系和發展的情境脈絡，本課涵蓋中國大陸傳統媒體、新媒體的國家政策、產業發展、科技演變、和互聯網+的整體策略和戰略。課程目標有：了解大陸傳媒的發展史和生態體系、認識大陸傳媒環境與新媒體特色、熟悉大陸傳媒政策與法規，了解兩岸傳播媒體政策變遷、影響與競合。				
上課內容 Course Description	（一）大陸傳媒歷史發展與傳媒生態體系。（二）大陸從宣傳、全傳播到輿情掌控分析。（三）大陸報紙、廣播電視產業發展與特色。（四）大陸網路及新媒體發展政策和影響。（五）大陸傳媒的集團化、商業化、國際化。（六）大陸「互聯網+」發展政策和策略。（七）數位時代的傳媒產業經濟與國際競爭。（八）兩岸傳媒競合與政策變遷。				
預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時					

464880001	社交與娛樂媒體	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	The goals of the course are threefold: First, understand the seminal constructs in social media and digital games. In addition, be familiar with related research published in “flagship” journals including Journal of Communication, Communication Research, Human Communication Research. Mainstream journals dedicated to social media and digital games including Journal of Computer Mediated Communication, New Media and Society, Media Psychology, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, and Computers in Human Behavior. Second, be able to critically analyze and interpret how scholars in these fields frame research issues and investigate the effects of these two media on human being. Third, be able to build logical and precise argument to contribute to advance the knowledge of these two fields, theoretically and empirically. All students should be able to propose a well-argued research proposal at the end of the semester.				
上課內容 Course Description	The seminar in Social and Entertainment Media will focus on the development of theories and research trends/topics in social media and digital game literature. Students will learn how these two streams of research originated and evolved in communication research. In addition, students will examine phenomena in these two popular media forms and their effects on human well-being, cognition, and emotions. Furthermore, we will look at how these two media outlets apply into different areas. The course will be consisted of 1/2 of social media literature and 1/2 of entertainment media research.				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464888001	媒介經濟學	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 了解個體經濟學、產業經濟學與創新商業模式的基本理論 (二) 透過相關經濟學概念分析媒體產業問題與個案分析 (三) 具備媒體產業政策建議與解決問題能力				
上課內容 Course Description	(一) 消費者需求與偏好 (二) 媒介內容生產成本特性 (三) 市場結構：競爭、寡占與獨占 (四) 併購、壟斷、集中度計算與反托拉斯法 (五) 創新與商業模式 (六) 廣告、大數據與定價策略 (七) 兩岸、全球化與跨國媒體				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

464893001	創意溝通專題：美術攝影創作	選修	下學期	3學分	傳播學、碩
課程目標 Course Objectives	本課程歡迎有意願經由拍照習作過程，進行攝影創作、深化個人影像賞析，與建立相關論述能力的同學選修。這不是一門只聽講及閱讀文本的課，全學期有三次全班作品檢討，並由老師、助教帶領作品和報告的討論，修課同學必須在學期末完成至少一組足以參加全國性攝影比賽的作品。這門課並沒有攝影器材、技術的門檻，反較著重選課同學對影像創作的熱情和毅力。				
上課內容 Course Description	(一) 創作課程：正選生首次作品討論；(二) 創作專講：風格1；(三) 小組個別作品指導；(四) 風格閱讀、影像專題討論1；(五) 第一次全班作品呈現與研討；(六) 創作專講：風格2；(七) 小組個別作品指導；(八) 外拍創作實踐；(九) 風格閱讀、影像專題討論2；(十) 第二次全班作品呈現與研討；(十一) 創作專講：風格3；(十二) 創作專講：風格4；(十三) 風格閱讀、影像專題討論3；(十四) 小組個別作品指導；(十五) 末全班作品呈現；(十六) 期末全班作品檢討				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464894001	廣告策略與管理講座	選修	下學期	3學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	使學習者充分瞭解整個廣告媒體生態與運作。				
上課內容 Course Description	(一) 廣告環境；(二) 廣告組織；(三) 廣告策略；(四) 廣告行銷；(五) 廣告創作；(六) 廣告媒體；(七) 廣告責任；(八) 廣告效果。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464899001	電通安吉斯講堂	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	探討媒體代理商與行銷/傳播/廣告的關係及其角色演變與媒體整體作業流程。				
上課內容 Course Description	(一) 從數字了解消費者：挖掘消費者洞察 (二) 媒體企劃工具介紹與應用：尼爾森、創市際與口碑監測工具 (三) 媒體環境介紹與購買流程：新形態的傳統媒體 (四) 媒體環境介紹與購買流程：家外媒體 3.0 (五) 媒體環境介紹與購買流程：數位媒體 (六) 內容 – 讓你花錢心甘情願理直氣壯 (七) 媒體環境介紹與購買流程：績效行銷 (八) 媒代實務面對面 (九) 電通安吉斯媒體企劃案例分享與期末報告 Q&A				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464900001	廣告創意－洞察、體驗暨溝通	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 使學生充分了解廣告創意思考方法與創意的操作模式與機制。 (二) 讓學生充分應用整合傳播中各項工具的組合與如何使用創意執行法。 (三) 透過個案教學與討論，讓學習者充分掌握過去成功廣告創意的案例。 (四) 將各項策略行銷的理論運用於評量廣告創意案例中。				
上課內容 Course Description	面對新世代行銷觀念的突破與延續整合行銷的餘溫，在全球化商品入侵，各國文化疆域逐漸淡化的情況下，本課程將以新世紀的行銷概念與模式探討廣告創意如何執行。課堂上我們不只檢視過去半世紀的廣告創意發展，並從閱聽人的角度輔以科學化儀器，調查消費者如何接收訊息，剖析閱聽人訊息認知與學習的黑盒子，讓我們更清楚消費者怎麼看、怎麼聽，甚至怎麼想。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464906001	報導文學	選修	下學期	3 學分	傳播學、碩
課程目標 Course Objectives	一般新聞稿受實證典範影響，標榜客觀公正，文體機械呆板，多敘事，少寫景，從來忌諱報導感情，但感情實存於人世，且是人生的重要內容，不處理，如何寫實？本課訓練以文學筆法寫報導，以能講感人的專題長故事為目標。				
上課內容 Course Description	先閱讀與討論歷來「報導文學」佳作，摸索文體特徵，學用其特異功能。 期中選題提報導計畫，經指導修訂後，準備實作。 期中之後教師開始歸納講授文體各種要素與寫作心法。 學生到堂上課 15 周，16-18 三周下田野跑現場採訪以及撰寫學期作品。 期末須獨力完成作品一篇，永留傳播學院圖書館供後輩觀摩。				
預估每周課外學習時間 <u> 6 </u> 小時					

464917001	專題－短片編劇與賞析	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 短片的欣賞和解析力和同理心的培養 (二) 短片的編劇以至少完成一部 15 分鐘長度短片劇本為主				
上課內容 Course Description	(一) 短片欣賞討論與解析 (二) 每週心靈日記交流 (三) 漸進步驟短片劇本研討撰寫				
預估每周課外學習時間 <u> 6 </u> 小時					

464919001	日常生活經驗與實踐	選修	下學期	3學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>本課程的論述基礎建立在下列兩組對立項目：美感與日常、永恆與混沌。進而論之，「美感的日常生活化」與「日常生活的美感化」，已經是當代人類生活經驗的內容；另一方面，當思索永恆與混沌的辯證關係時，仍須面對每日生活的常態性存在。本課程擬探索：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.我們是如何過一天？ 2.日常生活是什麼？ 3.我們是如何形塑日常？它是如何尋常卻又不凡？ 4.日常生活經驗的美感基礎何在？ 5.日常生活實踐的文化基礎何在？ 				
上課內容 Course Description	<p>本課程擬將「日常生活」做為研究對象，探討下列幾個議題：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.日常生活的規律節奏 2.日常生活的時間意識 3.日常生活的空間屬性 4.日常生活的美學風格 5.日常生活的文化理論 6.日常生活的社會參與 7.日常生活的消費邏輯 8.日常生活的抗爭策略 				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

464921001	台灣電通講堂：新廣告實戰解密	選修	下學期	3學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>認識台灣電通及最新廣告作業流程。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 電通品牌模型；(二) 台灣電通；(三) 有感的溝通策略開發—行銷傳播策略思考；(四) 有感的溝通策略開發—Target Insight (Workshop)；(五) 有感的溝通策略開發—Message Design & Idea Creation (Workshop)；(六) What to Say 到 How to Say 從 Product Concept 到 Creative Concept；(七) 視覺與生活 & 文字與生活；(八) My 創意觀；(九) 溝通新思維；(十) 數位行銷大趨勢 & 數位媒體環境；(十一) 社群行銷 & digital</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時</p>					

464925001	整合行銷傳播	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	The course is developed with three objectives in mind, including: help students understand the key concepts of IMC such as brand, marketing communication tools, touch points, tool/device/media/message integration, and synergy; help students learn contemporary theories and literatures in the field of IMC; and help students learn the way to critically evaluate an IMC campaign through an IMC audit project.				
上課內容 Course Description	IMC: Overview IMC: Communication Over Time—Brand and Advertising Equity Globally Integrated Marketing Communication (GIMC) and Integrated Internal Marketing Communication (IIMC) IMC Audit: Process Audit + Output Audit Tool Integration Device Integration Media Integration IMC and Media Multitasking Message Integration				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464926001	傳播心理學	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	這堂課從隱喻、體現認知的研究取徑剖析「意義」，探討日常的溝通、抽象的思考、創意的想像如何植基於我們與環境的互動。				
上課內容 Course Description	課程規劃從「類目」(categorization)、「框架」(framing)、「隱喻框架」(metaphorical framing)「概念融合」(conceptual blends)等心智運作原理，逐步建構意義與思考之間的脈絡。經由「體現」(embodiment)、「體現認知」(embodied cognition)的理論，論述隱喻性思考如何根植於身體與環境的互動。此一系由淺至深的概念及論述引領我們以不同的取徑探索人類的心靈、身體與環境的交織，及其如何衍生出我們的認知、語言、溝通、文化等等層面。				
預估每周課外學習時間 <u>6-8</u> 小時					

464929001	傳播政治經濟學	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	傳播政治經濟學是一種研究取向，在歐洲崛起並向外擴散。課程主要將聚焦它在英美及兩岸學術領域的演進過程，並將扼要檢視其他人文社會學科而特別是社會學、經濟學、政治學、歷史研究與文化研究對該取向的貢獻與啟發。				
上課內容 Course Description	參酌學生的知識狀態與性向，除相關論文，將鼓勵或要求同學熟讀下列圖書至少一種：《傳播政治經濟學》、《傳媒、市場與民主》、《比較媒介體制》、《誤解網際網路》、《傳播理論史：回歸勞動》與《傳播在中國》。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464932001	言說分析	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 學習言說分析的認識論與本體論</p> <p>(二) 學習言說分析取徑與實作</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 言說分析的認識論、本體論</p> <p>(二) 言說分析的立與破</p> <p>(三) 言說分析三大主題：階級、認同、性別</p>				
預估每周課外學習時間 <u>10</u> 小時					

464934001	性別與傳播科技	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 討論新媒體作為科技。從基礎的性／別和科技理論切入，探討傳播科技性別化的理論基礎。</p> <p>(二) 從新媒體作為再現切入，自性別歧視的再現，至酷兒和後女性主義式的再現。這部分的課程將批判的討論新媒體時代性別再現的重要特質。</p> <p>(三) 探討新媒體作為互動環境，討論傳播科技中介的環境，催生怎樣的性、性別與親密關係互動文化與權力關係。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 網路女性主義</p> <p>(二) 女性主義與女性主義認識論</p> <p>(三) 性/別與科技理論</p> <p>(四) 馴化與空間</p> <p>(五) 後女性主義與社群媒體</p> <p>(六) 同志情慾再現與社群媒體</p> <p>(七) 性，性別與線上互動</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

464935001	想像與書寫	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>「想像、敘事與互動學程」提供同學們各種創意與創作之知能訓練。作為這個學程的核心課程(另一為導演方法)，「想像與書寫」主要提供同學們，關於想像與敘事所應有的基礎概念與方法。雖然最終，我們或許領悟，敘事(說故事)這個行當，並沒有一定的原則，因此也沒有絕對或標準的知識可以傳授，但我們仍然試著提供可能有效的想故事和說故事的系統性方法，或者至少是一種有系統、可依循的探索過程，以協助同學們創作。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 鼓勵同學開發本能之視、聽、觸、嗅、味、綜合感，全面體驗身在之世界，並從理性的歸納、演繹，或非理性的夢、潛意識、記憶、直觀、靈光一現之中，捕捉自己對人事物的感受，組織成自己對世界的想像，尋找出一個故事需要的所有素材；(二) 提供有系統的敘事方法或表述的技藝，幫助同學整理書寫與創作工具，整理自己的故事素材，並以有效的敘事方式再現之，使其讀者、觀眾、聽眾都能為之感動。簡單地說，這門課希望能幫助同學更好於觀察與想像、並善於表達自己之所想。我們希望，大學的課堂，一如中世紀江南的茶興或歐陸的荒原，總會出現幾位令人著迷的說書人或吟遊詩人。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

484847001	廣電敘事研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 從電視劇/電影獲悉經典與後經典敘事本質。</p> <p>(二) 認識以敘事傳播的理論及其影響。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 影視傳播敘事文本的結構元素：時空、人物、情節、視角。</p> <p>(二) 敘事者、觀眾與文本的互動，文本之藝術價值及社會意義。</p> <p>(三) 影視生態中敘事在故事層次及話語形式的歷時變化。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

464849001	閱聽人研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 熟悉既有閱聽人理論、測量與研究方法。</p> <p>(二) 在具體的場景中展開符合本地媒體脈絡與資訊文化情境的閱聽人觀察或研究，提出相應於特定時空的閱聽人研究架構。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 閱聽人概論與演化中的閱聽人概念</p> <p>(二) 閱聽人研究方法</p> <p>(三) 閱聽人理論：全球架構、展演與凝視、數位閱聽人等</p> <p>(四) 閱聽人研究的下一步：創用者、跨媒體、行動裝置、直播等</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 12 </u> 小時</p>					

464850001	批判傳播理論——新媒體篇	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	針對資訊革命的衝擊，數位媒體已取代大眾傳播媒介，成為最重要的傳播管道。「新媒介理論」因應這樣的趨勢，內容包括：（一）數位媒體的哲學基礎，（二）新媒體的定義，（三）新媒體的批判與反思，（四）數位社群，（五）新媒體與民主，（六）新媒體的研究方法。				
上課內容 Course Description	<p>（一）數位媒體的哲學基礎</p> <p>（二）新媒體的定義</p> <p>（三）新媒體的批判與反思</p> <p>（四）數位社群</p> <p>（五）新媒體的研究方法</p> <p>（六）其他：1、新媒體與經濟；2、新媒體與民主。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464851001	聲音藝術與錄音工程	選修	下學期	2 學分	傳播學、碩
課程目標 Course Objectives	使學習者能知道影音製作中，聲音的角色，並從而建立製作流程的觀念。 以人聲(Voice)、環境音(Ambience)、動作音(Foley)、音效設計(Sound Design)、與音樂(Music)作為方向，透過錄音(Recording)、剪輯(Editing)、與混音(Mixing)的實際操作，達到學習的目標。				
上課內容 Course Description	<p>（一）聲軌的圖層；（二）人聲的表演與剪接；（三）人聲的特效與剪接的難題；（四）動作音製作；（五）環境音與動作音的連續；（六）音樂的類型與情緒；（七）影像音樂的剪接；（八）後期音效旁白對白錄音；（九）期中考；（十）後期音樂剪輯；（十一）後期混音初剪與完成；（十二）專案製作 I：拍攝與討論；（十三）專案製作 I：後製與討論；（十四）專案製作 I：成果發表；（十五）專案製作 II：拍攝與討論；（十六）專案製作 II：後製與討論；（十七）專案製作 II：成果發表；（十八）期末考</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

464859001	媒體實踐與物質文化	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程關注日常生活中的媒體消費。日常生活中存在各種媒體科技，手機、電視、網路、電腦等等，人們習慣甚至依賴其存在，卻因日常生活平淡無奇而忽視其意義。其實日常生活中的種種細微實踐，蘊藏著知識、秩序、結構，也是社會改變的起點，從日常生活探討媒體使用，更能瞭解媒體在當代社會的意義。				
上課內容 Course Description	本課程將與同學討論：與傳播研究為何要重視日常生活？特別是日常生活中諸多細微的實踐？要如何對這些細微容易被忽略的實踐進行研究？在各種媒體實踐中，本課程將特別偏重社群媒體以及智慧型手機在都市生活中的應用，包括媒體科技本身的物質性，以及媒體所中介的物質文化，如何影響著都市中的視覺與聲音景觀，以及人們在都會空間中的經驗。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464939001	跨文化傳播專題	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	（一）與同學一起觀察和分享全球化與文化的關聯；（二）與同學一起觀察和審視媒體與全球化的互動；（三）與同學一起思考人、媒體、以及跨文化行銷推廣的全球化應用整合；（四）與同學一起關懷並認識弱勢團體，同時介紹相關跨文化傳播理論、全球化與網路空間、族群跨文化傳播與溝通、跨文化觀點的家庭傳播、全球化與社區傳播、全球化與文化價值觀、全球化與家庭傳播、跨文化傳播與文創產業的影響等議題。				
上課內容 Course Description	（一）全球化與文化傳播；（二）數位時代跨文化傳播；（三）跨文化觀點的家庭傳播；（四）社群與文化傳播；（五）族群與跨文化溝通；（六）多元文化與傳播；（七）跨文化傳播與文創產業；（八）跨文化傳播與文化接近性；（九）跨文化傳播與敘事；（十）跨文化傳播案例				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464843001	公共關係管理專題	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課將從行為決策角度探討影響談判決策的心理因素。其次，透過實際演練以及個案研討方式，探討談判的性質、原則、策略、戰術以及情境因素。再者，透過哈佛學派理論的了解，探討談判策略與文化之關聯性。				
上課內容 Course Description	第 1 章：簡介衝突與談判 *談判問卷：妳是個好的談判者嗎？ *談判演練 1 第 2 章：分配型談判 *談判演練 2 第 3 章：談判策略、整合型談判及說服技巧 *談判策略測驗 *談判演練 3 第 4 章：影響談判策略的因素及溝通技巧 *影片觀賞與討論 第 5 章：人際關係主題：人際差異與人際關係 第 6 章：權力主題：權力與談判 *談判演練 第 7 章：文化主題：國際談判 *談判演練 第 8 章：談判七要素 第 9 章：課外談判演練進行 *談判演練 第 10 章：期末群談判 *談判演練				
預估每周課外學習時間 <u>3-5</u> 小時					

464842001	實驗設計	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	許多行為相關研究多以「實驗設計」作為資料蒐集的方法，研究領域包含心理學、消費者行為、行銷溝通、人管議題與行為財務學等。本課程旨在介紹實驗設計的方法，並學習如何應用實驗設計方法蒐集資料以驗證相關研究議題。				
上課內容 Course Description	(一) 了解實驗設計的基本知識；(二) 理解以實驗設計為研究方法的學術論文；(三) 設計與執行實驗:實驗設計仿作與新實驗的設計；(四) 從實驗設計的結果找出後續研究方向。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464844001	中國新媒體研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>檢視中國傳媒在全球化、新科技衝擊下的轉型匯流，了解網路、行動、社群媒體之發展，分析其政濟、社會文化系統影響，並指導研究生以宏觀方法（社會技術系統法等）進行中國新媒體研究，從次級資料搜尋、文獻整合分析，透過理論架構論述。本課程目標為：</p> <p>（一）探討中國傳媒匯流轉型；（二）了解中國新媒體產業影響；（三）培養獨立研究者應具備的理論知識、論述與分析能力。</p>				
上課內容 Course Description	<p>1. 中國傳統媒體轉型與匯流：（1）變動的傳媒；（2）全球化、數位化與網路化；（3）媒體匯流；（4）新聞媒體轉型；（5）電視媒體轉型；</p> <p>2. 宏觀層面研究取向：（1）社會技術系統方法（socio-technical system approach）；（2）市場競爭力研究（market competitiveness forces research）；（3）文化研究（cultural study）；</p> <p>3. 新媒體產業與社會：（1）網路媒體與使用；（2）OTT 影音；（3）社群媒體參與；（4）行動媒體；（5）手機使用；（6）自媒體與網紅。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時</p>					

464841001	服務型機器人在產業中的應用	選修	上學期	3 學分	數位、傳碩
課程目標 Course Objectives	<p>Pepper 機器人團隊，於政大傳播學院，建立全國第一個「Pepper 教學與研發中心」。本課程與鴻海集團子公司「沛博科技」（Pepper 機器人公司）產學合作。以 Pepper 機器人為平台，結合物聯網、大數據，共同開發未來數位內容與服務型機器人產業。</p>				
上課內容 Course Description	<p>全程為實作課程，為政大相關領域老師，與「沛博科技」業師共授。（一）介紹服務型機器人目前於各產業中之實例，建立學生了解服務型機器人知識模組、使用經驗與產業基本知識。（二）結合機器人基本知識與田野調查兩大方式，深入各產業了解服務自動化需求與痛點，提出產業發展、服務自動化服務流程、設計等建議。（三）延續期中田野調查之市場痛點，訂定解決方案，尋找產業痛點。透過分組方式了解，於期末進行創意提案，成為 Pepper 開發基石。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時</p>					

464856001	設計未來傳播	選修	上學期	3 學分	傳碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 掃瞄和盤點傳播變化之趨勢。</p> <p>(二) 掌握觀測趨勢、設計未來之工具箱。</p> <p>(三) 培養設計未來傳播工具、專業、活動之能力。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 閱讀和評述有關傳播趨勢之資料，分析架構和現象兩部分。</p> <p>(二) 提出設計案，設計未來十年至十五年間最可能出現之傳播媒介、產業和活動。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

陸、學生修業規劃及課程檢核表

系所年級：		學號：		姓名：		
聯絡電話：		e-mail：				
欲選修之專業		專業一：		專業二：		
請簡述修習該專業理由 (若欄位不夠,可自行加 A4 裝訂於後,一頁為限)						
科目類別 (學分)		修習課程名稱 (學分)	修習學期	修習課程名稱 (學分)	修習學期	
必修科目 (1)		傳播導論 (1)				
基礎科目 (6)		傳播理論 (3)		研究方法 (3)		
核心科目 (6)						
專題科目 (10-18)						
院外、校際選課、交換、自由選修科目 (0-8)						
總學分數 (31)		共 學分				
學業導師 意見及簽 名	1061	1062	1071	1072	1081	1082
畢業專業檢核 承辦人簽章					檢核日期	年 月 日

政治大學傳播學院碩士班研究生個人資料表

填表日期： 年 月 日

姓名		學號		2 吋照片		
出生日期		性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女			
通訊地址						
電子信箱		手機				
		主修科系		學位	畢業年月	
					年 月	
					年 月	
行政導師 簽名欄	本人推薦_____老師擔任學業導師。簽名：_____					
學業導師 簽名欄	1061		1071		1081	
	1062		1072		1082	
學期平均成績	1061		1071		1081	
	1062		1072		1082	
擔任課程助理	課程名稱		授課老師		期間	
擔任研究助理	計畫名稱		主持人		期間	
論文題目			指導教授			
			提報學期		學年度第 學期	