

# 傳播學院碩士班「整合傳播」專業修業規定

103年3月20日(102-2-1)院課程會議通過

## 壹、專業宗旨：

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。

## 貳、專業目標：

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。

## 參、畢業要求：

### 一、修課：

1. 院必修— 傳播導論 (1學分)；
2. 基礎課程— 傳播理論、研究方法 (各3學分，共6學分)；
3. 核心課程— 公共關係理論與實務應用、廣告理論與實務應用 (各3學分，共6學分)。

### 二、畢業學分：31學分。

### 三、資格評鑑：五選一。

1. 論文發表；
2. 實務競賽；
3. 創作作品發表；

4. 畢業論文計劃書口試；
5. 畢業作品計劃書口試。

四、論文或作品之要求：學位作品或學位論文。

五、其他畢業要求：非廣告、行銷、公關相關科系畢業者，需修專業認定之「專業實習」課程。

#### 肆、課程規劃：

##### 一、核心課程（兩門）：

###### 1. 公共關係理論與實務應用：

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.

- 建議(曾經)任課教師：鄭怡卉老師、孫秀蕙老師、鄭自隆老師、陳憶寧老師

###### 2. 廣告理論與實務應用：

廣告理論教授，以建立學生分析評論廣告表現之基礎；廣泛個案討論並規劃校外參觀訪問，使學生瞭解實務運作方式。

- 建議(曾經)任課教師：郭貞老師、張卿卿老師、張郁敏老師、鄭自隆老師

##### 二、院內相關選修課程建議：

###### 1. 危機溝通：

The goals of the course are:

- (3) to develop your understanding of crisis communication;
- (4) to cultivate your ability in critical thinking about the complicated theoretical and practical issues involved in this area' s developments; and
- (5) to sharpen your problem-solving abilities through case study exercises and assignments.

- 可能的授課教師：鄭怡卉老師

## 2. 整合行銷傳播：

This course is designed for students who will become researchers and decision makers in the field of integrated marketing communications (IMC). Readings and class discussions will include both practical and theoretical topics that will lead to a comprehensive understanding about this paradigm. The course is developed with three objectives in mind, including:

- (6) help students understand the key concepts of IMC such as brand, marketing communication tools, touch points, tool/media integration, message integration, and synergy;
- (7) help students learn the contemporary IMC theories and literatures; and
- (8) help students learn how professionals develop and implement IMC campaigns through an IMC audit project.

- 可能的授課教師：張郁敏老師

## 3. 廣告心理：

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，除了理論的探索，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。

- 可能的授課教師：張卿卿老師

#### 4. 質的研究法：

本課程理論與實作並重，引領學生熟悉質的研究的各個面向。從研究典範，研究問題，資料蒐集與分析，到寫作，本課程閱讀和教授質的研究所需的各種知識和反思。課堂並著重研究方法的實作經驗，透過分享和討論其他研究者的經驗細節，和透過課堂實作，演練研究的每個環節所需的技巧。

- 可能的授課教師：孫秀蕙老師、康庭瑜老師

#### 5. 資料分析與統計：

這是一門基礎統計課，目標在於提供傳播領域的學生基本的統計概念，尤其是較欠缺數理背景的學生，對於統計的邏輯經由範例解釋與實際運算而有正確的認知。所以學生將會在這門課中學到統計概念的邏輯與簡單計算。另外，遇到大筆資料時，有能力以 SPSS 的運算並進行正確判讀。

- 可能的授課教師：陳憶寧老師

#### 6. 傳播統計實務：

This is a project-based course, which aims to help students become familiar with statistics from doing a quantitative research project. This course is suitable for students who have basic understanding of quantitative research methods and statistics and would like to become researchers and/or decision makers in the field of communication. After completing this course, students should be capable of:

- (1) selecting appropriate statistical techniques for different research questions and hypotheses;
- (2) using more advanced statistical techniques to test a variety of quantitative research issues, such as reliability, validity, mediation, and moderation;

- (3) executing SPSS software;
- (4) interpreting SPSS outputs; and
- (5) writing a professional statistical report that follows APA 6th style.

- 可能的授課教師：張郁敏老師

## 7. 創意策略與設計：

這門課以創意為主，研究為輔。在創意的部份，本課程銜接企劃階段的訓練，在廣告「說什麼」已經確定的前提下，把焦點放在「怎麼說」上。由於怎麼說與媒體的特性息息相關，所以本課程主要聚焦在媒體與形式上。舉例來說，用語文說一個警察抓小偷的故事是一件事，如何利用60秒影片說同樣的故事是另一件事。在研究的部分，本課程透過學術論文的研討，帶領同學涉獵學界研究廣告創意的角度和方法。

- 可能的授課教師：吳岳剛老師

## 8. 網路廣告研究：

二十一世紀後，數位文化主義（Digital Culturism），在網際網路的推波助瀾下，提早來到我們生活中，電腦從工具的角色搖身一變為新興媒體，處身在科技的社會中，你不能忽視電腦已成為我們重要的傳播媒介。在全球網際網路暢通的時代，廣告生態起了重大的震盪，時效與距離不再是藉口，閱聽人有更多的主導權與選擇權，他們不再是沈默的一群，他們化被動為主動，直接登門要求最新的產品資訊與消費服務，廠商為了滿足這群透過網路進來的消費者，必須作好各種準備，如何爭取網路商機，吸引消費者藉由網路達到銷售的行為，已成為網路廣告在製作上最大的挑戰。本課程將探討下列三大主題：

- (1) 網路行銷廣告的來龍去脈
- (2) Web 2.0 風潮下的網路廣告
- (3) 當前網路廣告學術研究與新鮮話題

- 可能的授課教師：賴建都老師

## 9. 競選廣告專題：

「選舉」是台灣最頻繁的社會運動，民眾涉入感深，而選舉廣告也常是媒體最主要的年度收入，「選舉廣告」產業已成為廣告、政治、新聞、廣電、公行等學系學生嚮往且具發展性的行業。本課程係以大面向討論競選活動中會涉及之傳播行為，除「競選廣告」外，尚回顧競選傳播與台灣社會變遷之關係，檢視國外競選傳播理論架構，討論 CIS 識別系統與選戰策略、造勢活動、媒體公關、人際傳播（組織與動員），並以「形象管理」做為課程結論，期使學生對競選傳播相關領域有全盤之瞭解。

- 可能的授課教師：鄭自隆老師

## 10. 創作體驗：

本文課程教學目標在於，延展學院式邏輯思考、計量統計等傳統「理性」專業能力訓練，以一種「非論文寫作」方式，引導學生將朦朧思想或內在情感，經由個人最熟悉、拿手的表現工具（文字、聲音、繪畫、影像，傳統或當代的新塑材）結合美學能力，以文學、美術、電影、觀念藝術、數位媒體藝術等形式呈現。

- 可能的授課教師：游本寬老師

## 11. 品牌行銷專題研究：

- （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。

- 可能的授課教師：祝鳳岡老師

## 12. 台灣電通講堂—新廣告實戰解密：

本課程是一門最新趨勢之行銷企劃實戰課程，將由台灣電通依每次的課程主題，分別精心安排電通的優秀資深人員為同學授課，除在本校上課，課程中更特別安排4次課程至台灣電通公司上課，讓同學能實際接觸廣告公司第一線。

- 可能的授課教師：詹朝棟等老師

### 13. 社交與娛樂媒體

The goals of the course are threefold: First, understand the seminal constructs in social media and digital games. 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.

- 可能的授課教師：林日璇老師

### 14. 行銷原理

本課程透過講授及個案實例，介紹現代行銷的理論、觀念、及實務運用，使學生熟悉現代行銷的基本觀念及實務，進而瞭解企業如何透過行銷管理實務之運作，以滿足顧客需求並且創造利潤。

- 可能的授課教師：林穎青老師

### 15. 電通安吉斯講堂：新行銷世代下的媒體創新

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。

### 16. 奧美實境秀—大咖來上課

一系列真槍實戰的課程設計，由奧美廣告副總經理王蓉平領銜，課程內容包含：業務基本功、洞察策略、大創意、數位整合等。

### 17. 廣告策略與管理講座

本課程目的為使學習者充分瞭解整個廣告媒體生態與運作，內容包含：(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。

- 可能的授課教師：賴東明老師

### 18. 廣告創意—洞察、體驗暨溝通

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。

- 可能的授課教師：賴建都老師

## 19. 廣告效果研究

本課程係以傳播研究方法為基礎，除廣泛介紹廣告、公關各種實務性效果評估方法外，尚深入說明調查法、內容分析法、焦點團體訪談、德菲法、深度訪談法、文本分析、個案研究等傳播領域常用方法，期使學生可以透過傳播研究方法以解決廣告、公關問題。亦即，本課程不但是邏輯思考、解決實務問題能力的訓練，更可以協助研究生完成論文前三章。

- 可能的授課教師：鄭自隆老師

## 三、 院外建議選修課程：

### 1. 校內：

- (1) 公共行政所
- (2) 社會所
- (3) 法律科際整合所
- (4) 法律所
- (5) 外交所
- (6) 國際研究英語碩士學程

### 2. 校外：陽明大學（與政大有跨校合作）

## 伍、 教師群（按筆畫序）：

吳岳剛老師、郭 貞老師、孫秀蕙老師、陳文玲老師、陳聖智老師、張郁敏老師、張卿卿老師、鄭自隆老師、鄭怡卉老師、賴建都老師、林日璇老師、林穎青老師