

國立聯合大學課程綱要

National United University Course Syllabus

授課教師 (Instructor)	林玉鵬	
課程名稱 (Course Name)	中(C)	文化行銷與企畫
	英(E)	Cultural marketing and planning
教科書及參考書 (Textbook & Reference Book)	<p>Derek Thompson 著，威治，朱詩迪，李立心譯（2017）。《引爆瘋潮：徹底掌握流行擴散與大眾心理的操作策略》。台北：商週。</p> <p>Ian Dodson 著，徐瑞珠譯（2017）。《數位行銷的 10 堂課：SEO x 廣告 x 社群媒體 x facebook 洞察報告 x Google Analytics》。台北：碁峰。</p>	
課程目標 (Course Goal)	<p>本課程希冀同學在學習過程中得以擴展觀察／理解／分析文化行銷的視野，並透過個別策略的深度探討和實作，掌握文化行銷的關鍵，使同學面對未來多變的新媒體行銷傳播環境，更能見微知著、掌握關鍵。以具備以新媒體行銷文化之視野與能力。</p>	
課程大綱 (Course Outline)	<p>本課程主要探討文化行銷的概念和實作。第一部份聚焦於文化行銷的概念和範疇，第二部份探討新媒體應用於文化行銷的特性與策略，最後則是進行相關案例討論。以循序漸進的方式引領學生對於文化行銷領域的理解，同時也會提供反思的觀點。</p>	
授課教師開設本門課程之背景 (Professional background)	<p><input type="checkbox"/> 學位專長：(<input type="checkbox"/>大學主修 <input type="checkbox"/>大學輔系或學程 <input type="checkbox"/>研究所主修)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 研究專長：新媒體行銷</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 實務專長：(<input type="checkbox"/>證照 <input checked="" type="checkbox"/>工作經驗)</p> <p><input type="checkbox"/> 其他：</p>	

課程內容		
週次	課程進度與內容	指定閱讀或作業練習
1.	課程介紹	
2.	文化商品 vs 文化產業?	David Hesmondhalgh, (2006), 《文化產業》。台北:韋伯。第三章
3.	文化行銷的概念 (一)	鄭自隆、洪雅慧、許安琪,(2005),《文化行銷》。台北縣:空中大學。第一章
4.	文化行銷的概念 (二)	鄭自隆、洪雅慧、許安琪,(2005),《文化行銷》。台北縣:空中大學。第三章 <u>補充教材</u>
5.	企畫寫作	<u>課堂實作</u>
6.	行銷策略- 如何說好故事/ 故事行銷 (一)	Derek Thompson著, 威治, 朱詩迪, 李立心譯 (2017)。《引爆瘋潮：徹底掌握流行擴散與大眾心理的操作策略》。台北：商週。第1章到第3章
7.	行銷策略- 如何說好故事/ 故事行銷 (二)	Derek Thompson 著, 威治, 朱詩迪, 李立心譯 (2017)。《引爆瘋潮：徹底掌握流行擴散與大眾心理的操作策略》。台北：商週。第4章到第6章 作業：請簡單以故事行銷的方式推廣某一種文化。
8.	新媒體行銷基本實務概念	作業分享（預計邀請專家演講和討論）
9.	期中分組報告/提案	
10.	社群媒體行銷	Ian Dodson 著, 徐瑞珠譯 (2017)。《數位行銷的 10 堂課：SEO x 廣告 x 社群媒體 x facebook 洞察報告 x Google Analytics》。台北：基峰。（第六章、第七章）
11.	搜尋引擎優化	Ian Dodson 著, 徐瑞珠譯 (2017)。《數位行銷的 10 堂課：SEO x 廣告 x 社群媒體 x facebook 洞察報告 x Google Analytics》。台北：基峰。（第

		二章)
12.	集資/眾籌	Alex Daly 著；廖秉瑜譯《信賴經濟時代：群眾募資達人教你如何打造成功眾籌》 作業：請找出近期內有使用這三週的新媒體行銷方式（之一），而且你/妳認為是成功的文化行銷，並簡單說明原因。
13.	案例討論：在地行銷 (1)	作業分享 小組報告
14.	案例討論：在地行銷 (2)	小組報告
15.	案例討論：文化機構	小組報告
16.	案例討論：媒體產業	小組報告
17.	公共電視如何在數位時代推廣？	（預計邀請專家演講）
18.	期末分組報告	

授課評分方式		
出席		無故缺席三次，扣 40%學期成績
上課互動	討論、發言	20%
作業/練習	2-3 次	30%
期中分組報告	提案討論- 指出提案選擇的原因和文化特性，以及它所適合的故事行銷可能。	20%
期末分組報告	完整版報告	30%