

朝陽科技大學 099學年度第1學期教學大綱  
Integrated Marketing Communication 整合行銷傳播

|        |   |                    |   |
|--------|---|--------------------|---|
| 當期課號   | 3270  | Course Number      | 3270  |
| 授課教師   | 陳伯仲   | Instructor         |   |
| 中文課名   | 整合行銷傳播  | Course Name        | Integrated Marketing Communication  |
| 開課單位   | 行銷與流通管理系(四進)三A  | Department         |   |
| 修習別    | 選修  | Required/Elective  | Elective  |
| 學分數    | 3   | Credits            | 3   |
| 課程目標   | <p>1. 使學生具備整合行銷傳播之概念與理論。</p> <p>2. 具備撰寫整合行銷傳播企劃書之能力。</p> <p>3. 能分析國內、外市場現況，提供決策者有力資訊之能力。</p> <p>4. 了解整合行銷傳播之發展應用情形，並將所學運用於工作中。</p>  | Objectives         | <p>1. To help students understand the principles of integrated marketing communications.</p> <p>2. To improve the skills of planning</p> <p>3. Provide information for the decision-maker to analyze for domestic and global market.</p> <p>4. To help students understand the development and application of integrated marketing communications, than .</p> |
| 教材     | <p>整合行銷傳播－全方位理論架構與本土實務個案</p> <p>作者／戴國良著</p> <p>出版社別／五南</p> <p>出版日期／2010/03/23 (2版 3刷)</p> <p>IS B N /978-957-11-4348-4</p>  | Teaching Materials | To Be Announced.  |
| 成績評量方式 | <p>1:</p> <p>出席率 30%</p> <p>期中考試 15%</p> <p>平時成績（含競賽或證照、分組討論、課堂表現&amp;態度、固定或臨時報告/作業）40%</p> <p>期末考試 15%</p> <p>2. 出席率算法為:</p> <p>6次以上未到者出席率為0分。2次遲到，早退或請假者算缺席1次。</p> <p>** 課程進度視情況調整 **</p>   | Grading            | <p>Attendance: 30%</p> <p>Mid Term Exam: 15 %</p> <p>General Evaluation: 40 %</p> <p>Final Term Exam: 15 %</p>  |
| 教師網頁   | -   |                    |   |
| 教學內容   | <p>採課堂講授與個案研討方式交叉進行。先以投影片方式講解IMC內容；然後再由同學針對個案進行分組討論；並於課後進行行銷企劃實作。</p> <p>一 課程介紹</p> <p>二 PART 1 整合行銷傳播(IMC)實務架構綜述篇</p> <p>三 PART 1 整合行銷傳播(IMC)實務架構綜述篇; 分組討論/報告</p> <p>四 PART 2 整合行銷傳播理論篇; 分組討論/報告</p> <p>五 PART 3 行銷學重點內涵說明; 分組討論/報告</p> <p>六 PART 3 行銷學重點內涵說明; 分組討論/報告</p> <p>七 PART 4 電視媒體產業與廣告市場篇; 分組討論/報告</p> <p>八 影片教學; 分組討論/報告</p> <p>九 期中考</p> <p>十 PART 5 廣告基礎理論、廣告公司運作、媒體發稿公司運作及廣告提案實例篇; 分組討論/報告</p> <p>十一 PART 6 與IMC相關的行銷傳播工具篇 (CH15); 分組討論/報告</p> <p>十二 PART 6 與IMC相關的行銷傳播工具篇 (CH16); 分組討論/報告</p> | Syllabus           | <p>Introducing the concepts and methods of Integrated Marketing Communication (IMC). Upon completing this course, students should have knowledge of IMC and related database marketing techniques.</p>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | 十三 PART 6 與IMC相關的行銷傳播工具篇 (CH17、CH18);分組討論/報告<br>十四 PART 6 與IMC相關的行銷傳播工具篇 (CH19、CH20);分組討論/報告<br>十五 PART 7 整合行銷傳播(IMC)實例介紹篇 (CH21、CH22);分組討論/報告<br>十六 PART 7 整合行銷傳播(IMC)實例介紹篇 (CH23、CH24);分組討論/報告<br>十七 分組討論/報告<br>十八 期末考 |  |
|--|--|--|

尊重智慧財產權，請勿非法影印。