

朝陽科技大學
106學年度第1學期教學大綱

當期課號	7323	中文科名	數位媒體科技
授課教師	馬立君	開課單位	視覺傳達設計系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	日間部碩士班2年級 A班
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生能力指標關聯度：

核心能力	能力指標	高度關聯	中度關聯	低度關聯
國際視野的前瞻思考能力。	研究並分析當代設計的變遷和趨勢。	✓		
國際視野的前瞻思考能力。	評估、規劃及運用網路、數位廣告及社群媒體，以執行設計策略。		✓	
設計議題的研究分析能力。	收集相關資料，分析並且瞭解客戶或市場的需求。	✓		
設計議題的研究分析能力。	分析客戶問題並提供解決方案，維持良好的關係品質。		✓	
設計專案的策略領導能力。	運用及評估與市場相關的資訊，並且擬定整體的行銷策略。	✓		

本課程培養學生下列知識：

從媒體經濟學角度分析媒體的行為，及媒體產業結構與媒體運作與行為的關係，以及不同媒體產業結構的經濟績效，及影響數位傳播科技媒體經營的政府政策、法令等，進而探討數位傳播科技媒體之經營、社會問題與變遷。

- 1.了解數位傳播科技媒體生態，掌握新數位傳播科技狀態之變遷。
- 2.數位媒體技術研發
- 3.研究經濟、社會、產業秩序、科技、政策、法規、市場、經營與管理機制因素對媒介生態的影響。
- 4.分析及了解數位傳播科技媒體環境,包括準備商業及企業的資料背景，搜集資料，預測前景。

The purpose of this course is to approach the ecology of digital media industries from the media economics perspective. Special efforts will be employed in the following aspects: 1. Understanding the structure of the market of digital media industries, 2. Analyzing the conducts of digital media industries, 3. Comparing the performances of digital media industries, and 4. Analyzing the media policies of government.

每週授課主題

- 第01週：課程簡介
- 第02週：媒體經濟學：SCP分析模式
- 第03週：媒介組織與產製
- 第04週：NCC的功能與角色
- 第05週：個案分析一：報紙產業
- 第06週：個案分析二：廣播產業
- 第07週：個案分析三：電視產業
- 第08週：個案分析四：電影產業
- 第09週：期中考
- 第10週：個案分析五：有線電視產業1
- 第11週：個案分析五：有線電視產業2
- 第12週：個案分析六：電信產業
- 第13週：個案分析七：媒體匯流後的網紅經濟1
- 第14週：個案分析七：媒體匯流後的網紅經濟2
- 第15週：數位科技時代的挑戰
- 第16週：期末報告1
- 第17週：期末報告2
- 第18週：期末報告3

成績及評量方式

- 出席及課堂參與：20%
- 課堂發表：30%
- 期末報告：50%

證照、國家考試及競賽關係

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

主要教材

- 1.傳播產業研究陳炳宏台北：五南2001(教科書)
- 2.媒介組織與產製陳筠臻譯台北：韋伯2008(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~lcma/>

E-Mail：lcma@gm.cyut.edu.tw

Office Hour：

星期三,第3~4節,地點:R-339;

星期四,第3~4節,地點:R-339;

分機:4843、7332

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。