

南台科技大學 102 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	跨媒體整合
課程編碼	F0N14401
系所代碼	0F
開課班級	夜四技資傳三甲
開課教師	邱俊惠
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	三 12 13 14 教室 L503
必選修	必修
課程概述	<p>媒體產業的新類種如雨後春筍般出現，有線電視頻道、以電腦為媒介的環境、互動式溝通、顧客主導型(customer-centric)行銷活動、多媒體戶外廣告、行動簡訊所組合而成的新舊媒體世界，不但複雜而且多變，行銷者如何效、精準、快速地完成與顧客的接觸，實為一大挑戰。跨媒體整合時代廣告人必須思考如何策略性集中行銷傳播資源，同時連結企業品牌、消費者以及企業經營策略，確保其所傳遞的溝通訊息能有效而又不受干擾地到達目標客群，並影響消費者的態度與行為，使得行銷費用能發揮最大功效。</p>
課程目標	<ol style="list-style-type: none"> 1.培養學生對各類數位媒體之編輯企劃能力； 2.訓練學生對跨媒體專案整合的品質控制與執行製作的的能力。
課程大綱	<p>第一單元：甚麼是跨媒體整合？</p> <p>第二單元：介紹消費者和顧客與跨媒體整合的關係為何？</p> <p>第三單元：跨媒體整合之市場分析。</p> <p>第四單元：如何界定潛在顧客？</p> <p>第五單元：品牌管理與品牌資產</p> <p>第六單元：跨媒體整合企劃書寫作</p> <p>第七單元：跨媒體整合專案企劃</p> <p>第八單元：跨媒體整合提案技巧</p> <p>第九單元：新聞置入行銷規劃</p> <p>第十單元：跨媒體議題設定</p> <p>第十一單元：跨媒體整合經營戰略分析</p> <p>第十二單元：媒體呈現風格與設計(一)</p> <p>第十三單元：媒體呈現風格與設計(二)</p> <p>第十四單元：執行後的評估與顧客共創價值</p> <p>第十五單元：個案發表與評論作品（一）</p> <p>第十六單元：個案發表與評論作品（二）</p>
英文大綱	

教學方式	
評量方法	
指定用書	
參考書籍	
先修科目	
教學資源	
注意事項	
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	