



國立政治大學

傳播學院課程手冊

College of Communication
CURRICULUM GUIDE

傳播學院課程手冊

目錄

◎ 傳播學院院系簡介	1
◎ 傳播學院大一大二不分系課程簡介	7
◎ 新聞學系課程簡介	35
◎ 廣告學系課程簡介	61
◎ 廣播電視學系課程簡介	92
◎ 國際傳播英語碩士學位學程課程簡介	125
◎ 數位內容碩士學位學程課程簡介	162
◎ 傳播碩士學位學程課程簡介	178
◎ 傳播學院博士班課程簡介	220
◎ 傳播學院師資介紹	239

傳播學院院系簡介

壹、傳播學院

政治大學傳播學院成立於 1989 年，設有大學部（大一大二不分系、新聞系、廣告系、廣播電視系）、研究部（傳播碩士學位學程、博士班）、國際傳播英語碩士學位學程、數位內容碩士學位學程，以及碩士在職專班。

本院師資陣容堅強，現有專任教師 46 位，多畢業於歐美各著名大學。並配合本校「延攬傑出研究人才」、科技部「補助延攬客座科技人才」、教育部補助「中國大陸整合計畫延聘中國研究大師」等各項政策及經費補助，積極邀約國際知名學者來院擔任客座。

教師研究傑出，自科技部設有傑出研究獎以來，共頒 6 屆傳播學門傑出研究獎，6 位得主均為本院教師。本院共出版 3 份專業學術期刊，其中《新聞學研究》為 TSSCI 期刊，並榮獲科技部「學術研究優良期刊」。

本院為國內歷史最悠久之新聞傳播教育學府，也是遠東地區最知名的傳播教育重鎮。創先實施學程制，課程紮實創新。設置資訊與媒體整合實驗中心，下設政大之聲實習廣播電台、影音實驗室、劇場、研究導向實驗室、新聞實驗室、數位平台（含：基礎數位實驗室、網路媒體及寫作實驗室、數位圖像與出版實驗室）等教學實驗單位，統籌規畫管理各項設備資源，並配合本院教學需求，開設教學工作坊，整合實驗中心實施學生助理制，結合實驗課程，強調「從做中學」，貫徹「理論與實務並重」。

本院設有傳播研究暨發展中心，統籌研究相關事宜，以及本院交換學生事務。本院與（新加坡）南洋理工大學傳播與信息學院、（泰國）朱拉隆功大學傳播藝術學院、（泰國）朱拉隆功大學藝術學院、（日本）東京大學情報學環、（韓國）東國大學影像與文化研究院、（韓國）全南大學社會科學院、（香港）浸會大學傳理學院、（香港）中文大學新聞與傳播學院、（香港）城市大學人文數會科學院（媒體與傳播系）、中國人民大學新聞學院、（上海）復旦大學新聞學院、中國傳媒大學廣告學院、（廣東）中山大學傳播與設計學院、（廣州）暨南大學新聞與傳播學院、武漢大學新聞與傳播學院、廈門大學新聞傳播學院、南京大學新聞傳播學院、浙江大學傳媒與國際文化學院、（上海）交通大學媒體與設計學院、北京大學新聞與傳播學院、（北京）清華大學新聞與傳播學院等，均建立有學術合作關係。

貳、大一大二不分系

本院為鼓勵多元學習，增加競爭力，學士班自 2014 年度採大一大二不分系招生，希冀

在大學前兩年的學習環境中，培養學生為全能傳播人，熟悉平面媒體、影音媒體、數位媒體、網路媒體等多元平台之基本製作原理，以及相關傳播理論，並為後兩年的專業訓練奠立基礎。學生大一大二不分系修課，於大二第二學期依個人學習興趣與專業能力，申請進入新聞系、廣告系、廣播電視學系主導之各主修學程或實驗學程。學生畢業前須修畢校、院共同必修，主修學程，與選修課程，最低畢業學分為 128 學分。

參、新聞學系

國立政治大學新聞學系創於 1935 年，是國內最早成立的新聞傳播科系，也是臺灣新聞傳播教育的領導品牌，無論知識傳播、教學和研究創新，均聞名國內外。

本系配合傳院大一大二不分系招生制度，學士班學生三年級申請進入「新聞與資訊」或「媒體與文化」主修學程者，即分流至本系。

本系課程涵蓋影音、平面媒體和新傳播科技，亦包括社會科學、人文藝術等領域知識，致力培養學生創造力、資訊處理能力和新聞資訊專業，期望學生畢業後有多種技能，能解決問題、研究創新，具高度競爭力。

肆、廣告學系

本校從 1970 年代起即著手申請籌設廣告學系，以培養廣告、公共關係之學術與實務人才，經多年的努力，配合傳播教育的發展，於 1986 年 8 月奉准籌設，次年 8 月正式招生。1997 年起招收廣告系碩士班學生。

為培育優秀廣告人才，本系秉持「知識」為廣告人致勝關鍵的信念。我們相信，在紮實的行銷、廣告、公關、創意與設計等專業訓練背後，更需要良好的博雅教育為基礎。創系將近 30 年來，不斷強化師資，修訂課程，增加設備，尤其本系教學與研究並重、學術與實務合一的發展方針，已為廣告、公共關係教育奠定深厚基礎。

為了因應急劇演進的媒體科技和溝通環境，本系配合傳播學院大一二不分系之結構，開設《策略與創意溝通》和《傳播設計》兩個主修學程。大三分流進入廣告系任一主修學程的學生，只要修完該主修學程 2 門必修課，並且在本系開設的課程中任選 6 門選修課，畢業時即可取得本系學位。

伍、廣播電視學系

有鑑於傳播科技的發展與影視專業人才的需求，本校在 1988 年正式成立全國大專院校第一個廣播電視學系。因應傳播人才的需求趨勢，並配合傳播學院實施「大一大二不分系」

招生政策，新生入學時將先不選擇學系，於二年級下學期依據學生志願，申請分流至各系開設之主修學程，三年級起進行專業學習。本系主修學程有二：「媒體創新與管理」與「影音企劃與製作」。

近年來，因國際間互動互賴加強、社會急遽變遷、傳播科技快速發展、產業整併與跨業整合頻仍，復以教育資源減少、競爭擴大之現實問題日益嚴重，本系強調「科際整合與科技匯流」之思維與觀念，以培育具整合知能、兼具本土文化與國際觀之影音傳播人才，方足因應多元化環境下之需求。故在課程、教學、實作、實習、服務上，均配合傳播學院之整合與共享之哲學與政策，依據既定的目標，不斷進行修正、創新與改進，期能透過產業與環境的變遷與互動，更有效率的運用資源，使影音傳播教育在教學、研究與服務之基本領域更為精進，所培育之人才更能為社會奉獻所學與所能，成為傳播事業的專業公民。

陸、國際傳播英語碩士學位學程

國際傳播英語碩士學位學程（International Master's Program in International Communication Studies，簡稱 IMICS）是國立政治大學五個國際碩士課程之一，於 2006 學年度正式招生成立，而以全英語授課的特色，更是臺灣傳播領域研究所的先驅。

IMICS 課程重點為國際傳播相關研究，同時側重區域（如亞太）傳播研究、跨文化情境下的傳播想像等領域。尤其為因應全球化、國際化之趨勢，除了 IMICS 本身提供多元豐富的選修課程，鼓勵學生針對國際傳播之內容、現象進行探討外，學生亦可透過傳播學院各師資及其它學院英語授課的國際課程，進行更專精的研究。

為培養更多國際傳播、國際溝通及跨國傳媒相關人才，IMICS 每年招生名額包含半數國際學生，學生來自世界各國，拓寬國際視野。一方面鼓勵本地和國際學生相互交流學習，在課堂中落實跨國、跨文化的傳播互動與交流，一方面也鼓勵學生結合不同學術背景，參與國際傳播研究，並爭取更多國際學術交流的機會。

為了讓學生深刻體驗國際文化交流，學程十分鼓勵本地學生在求學間赴他國進行交換，歷年來不少學生成功申請至歐洲、亞洲等地區進行交換學習。求學間進行實習也是本學程鼓勵學生增加實務經驗的方式，截至目前為止，本學程培養的學生曾在許多國際機構實習，可以增加學生的專業訓練的深度，並且也能協助他們找尋日後就業的資訊與管道。再者，學程每學期積極邀約至少一名國際知名學者或業界專業人才擔任客座教授，以讓學生享受優良的教學品質。未來預計將會有更多優秀的老師加入我們的師資陣容，提供學生更多元的課程學習。

International Master's Program in International Communication Studies

The International Master's Program in International Communication Studies, also referred to as IMICS, is one of five International Master's programs offered by National Chengchi University. IMICS was formally established in 2006. Featuring a curriculum taught entirely in English, IMICS is a pioneer in the field of Communication Studies in Taiwan.

The IMICS program focuses on international, cross-cultural communication studies in response to the rapid pace of globalization, placing additional emphasis on the Asia-Pacific region. Through the university's three well-established communication departments (Journalism, Radio and Television, and Advertising), students are encouraged to explore the full context of international trends through advanced academic research. In addition to delving into the diverse curriculum offered by IMICS, Master's students are encouraged to explore elective courses from other departments and will also be presented with opportunities to interact with other renowned international universities and global media corporations.

Aiming to cultivate future leaders and professionals in the field of communications and international media, IMICS is highly selective in its admissions process. Each academic year, IMICS accepts a balanced number of qualified local and international students to join the upcoming class, in order to encourage a cross-cultural interchange of ideas in the classroom. Therefore, the diverse group of Master's students in IMICS benefits from peers by combining their different academic backgrounds, collaborating on academic research projects, and pursuing various opportunities for international academic exchange.

The Communications Department also encourages students to study abroad and attend international conferences during the course of their graduate studies. Many students have participated in academic exchange programs to Europe, Asia, and elsewhere. These study abroad experiences allow students to not only conduct meaningful research but also to put international communications theory into practice. Participating in internships in Taiwan and abroad is another excellent way for IMICS students to gain professional training and explore future career options. For those students who do not venture abroad during the course of their studies, each semester IMICS invites globally renowned scholars and professionals in the communications field to join the program as a visiting professor or guest speaker.

The International Master's Program in International Communication Studies program is constantly actively seeking new opportunities for improvement and expansion, in order to maintain its high quality of instruction. The Department of Communications looks forward to welcoming further excellent professors to join the faculty, as well as offering even more diverse, exciting courses in the future.

柒、數位內容碩士學位學程

國立政治大學數位內容碩士學位學程，是國內第一個融合傳播學院與理學院（資訊科學系）的碩士學程。本學程自 2008 年 6 月開始籌備，2009 年秋正式成立。旨在提供數位內容的專業學習管道，以建立學生在人文內涵、資訊設計及科技實作的跨領域融合能力，並培育數位內容之創造、設計、企劃及系統研發之專業領導人才。培養學生具人文社會與世界觀的敘事能力、資訊科技能力、數位內容應用能力，亦即「數位內容的創新力與整合執行力」。

本學程以數位內容的國際前瞻研究與產業發展的趨勢，結合政大深厚的學術根基，特色發展的研究主題有四群：數位敘事、數位文創、使用者經驗設計、與智慧環境。

學生招生來源分有創意傳播組以及資訊技術組。課程由傳播學院及理學院（資訊科學系）兩院教師合授。課程的設計，兼顧學術理論、實務導向、產品設計、製作與系統整合，涵蓋學術範疇有科技、內容、與設計。學生的論文指導採跨領域雙指導教授，各研究主題群均由兩院教師組成，除有學程專屬主聘教師外，兩院也有支援教師來共同組成。

學程畢業的學生可投入與數位敘事創作、創新科技研發等面向相關之數位與內容產業。

捌、傳播碩士學位學程

傳播學院碩士班旨在於擴充創新知識版圖，並培養未來傳播領域專業人才。因應傳播教育面臨全面科際整合時代，自 2014 年起，原「新聞學系碩士班」、「廣告學系碩士班」及「廣播電視學系碩士班」整併為「傳播學院傳播碩士學位學程」，課程規劃以整合全院資源，擴充創新知識版圖，並培養未來傳播領域專業人才為目的。並考量傳播產業之需求及賦予學生更完善的學習環境與機會，結合本院各領域專長師資，開設「傳播與文化」、「新聞與資訊傳播」、「想像、敘事與互動」、「電訊傳播政策與管理」、「整合傳播」、「兩岸傳播」、「科學與風險傳播」等七大專業課程領域。或體現自主學習的本質，與學業導師諮商並經院核可後，自行組合專業修習。

玖、傳播學院博士班

本院首創全國傳播類所之博士班，培育臺灣傳播教育的優良師資，課程兼重傳播學門各次領域之研究內涵，延伸碩士班的課程設計構思，並強調學術創新與發展願景能力。

博士班成立於 1983 年，為本校傳播學院（以下簡稱本院）最高學制，亦為全院唯一博士班。為使全院教研資源為該博士班所用藉此增強競爭力，並為因應高等人力供需失調以及媒介匯流與國際化等趨勢，自 2013 年 8 月起，將現有新聞學系博士班調整至院部，成為傳

播學院博士班。除了擴大博士班教研腹地，使其更能符應數位化、媒體匯流、全球化對傳播學門知識領域與知識體系挑戰外，更望博士班能帶動「擴散」效應，在傳播教育與學術研究外亦能於產業、政府機構乃至於第三部門貢獻專業觀點及研發能力。

本院博士班旨在培養一群以傳播學術工作為終身志業的專家學者，一方面在傳承和拓展知識文明和價值，另一方面則透過社會實踐，成為社會的中堅知識份子。本院為臺灣歷史最悠久的傳播學府，在東亞地區素負盛名，教研資源豐沛，在傳播理論、研究方法、以及資訊設計等前瞻領域均有傑出表現，研究教學強調跨域合作，積極推動組織重整與再造、發展大型研究計畫，並進行課程改革，將傳統以大眾傳播媒體為本的課程設計，轉向傳播與資訊範疇。近年來研究重點強調媒體敘事、勸服策略、新媒體設計。

傳播學院大一大二不分系課程簡介

壹、傳播學院

傳播學院大一大二不分系課程在於培養學生具備全方位傳播人的基本素養，精鍊說故事的技法，對於各種傳播平台使用的工具，如文字、圖像、影像、聲音、音樂、網頁等，具有一定的熟悉程度。期望在專業技術養成之餘，仍延續本院教育傳統，也就是具有傳播專業之人文與思想涵養。

在經過兩年初階課程訓練與學習之後，學生將透過專業分修申請機制，從大三起到傳院所屬三學系（新聞、廣告、廣電）研習各主修之專業課程。

一、教育目標

培養學生具有下列核心能力：

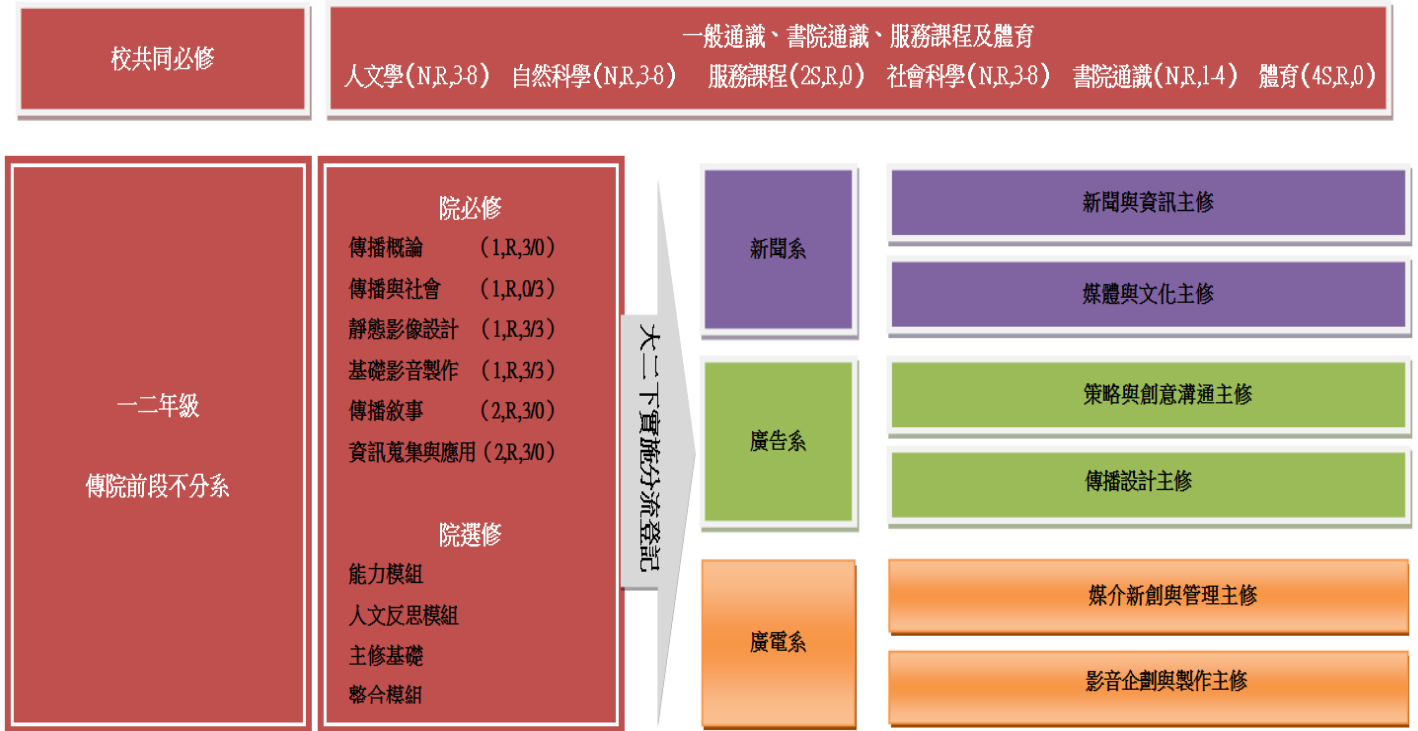
- (一) 資訊處理能力
- (二) 媒介能力
- (三) 敘事能力
- (四) 統合能力
- (五) 創新能力
- (六) 倫理能力
- (七) 溝通能力
- (八) 實作能力

二、未來發展方向

傳院學生透過大一大二不分系的全方位傳播人的養成教育，以及後續兩年銜接到三系提供之專業訓練之後，期望在日後追求更高學歷或就業的途徑上，能夠有更寬廣與更多元的選擇。方能在今日媒體匯流與整合的時代中，尋求一席之地，開展個人的生涯與事業規劃。

貳、課程地圖

傳播學院大一、大二不分系課程地圖-103 級起適用



參、畢業門檻檢定及修業規定

一、傳播學院大一大二不分系專業

畢業學分	128 學分
通識課程	28-32 學分
服務學習課程	2 學期 (0 學分)
體育課	2 學期
必修科目	傳播概論 (3 學分)、傳播與社會 (3 學分)、基礎影音製作 (3 學分)、靜態影音設計 (3 學分)、傳播敘事 (3 學分)、資訊蒐集與應用 (3 學分); 共 18 學分
群修科目	依三系學程規劃
修課特殊規定	<p>(一) 本院學士班自 103 學年度起採大一大二不分系招生。入學學生大一大二不分系修課，於大三第一學期開學前依本院之規定進入新聞系、廣告系、廣播電視學系所主導之專業主修或實驗學程。</p> <p>(二) 本院學生除修習上表所列之本院共同必修科目 (18 學分) 之外，並需依本校「通識教育課程實施準則」之規定修習通識課程。學生畢業前須修畢校、院共同必修，另至少修習一專業主修 (或實驗學程)，其餘學分開放自由選修。最低畢業學分為 128 學分。</p> <p>(三) 軍訓和體育選修課不列入畢業總學分。</p>
資格檢定	依學校規定

肆、課程規劃

大一上學期			
科目代號(前6碼)	課程名稱	修別	學分
405001	傳播概論(二 234)	必修	3
405003	靜態影像設計(四 234, 上下學期都開課)	必修	3
405004	基礎影音製作(四 34C, 上下學期都開課)	必修	3
405927	藝術概論	選修	3
405944	創意與設計	選修	3
405945	聲音製作	選修	3
405947	語言與溝通	選修	3
405949	戲劇概論	選修	3
大一下學期			
科目代號(前6碼)	課程名稱	修別	學分
405002	傳播與社會(二 234)	必修	3
405003	靜態影像設計(四 234, 上下學期都開課)	必修	3
405004	基礎影音製作(四 34C, 上下學期都開課)	必修	3
405923	行銷原理	選修	3
405931	音樂概論	選修	3

405948	紀實採寫（單學期課程，大一下或大二上）	選修	3
大二上學期			
科目代號(前6碼)	課程名稱	修別	學分
405005	傳播敘事（三 234）	必修	3
405006	資訊蒐集與應用（二 234）	必修	3
405916	行銷傳播基礎	選修	3
405918	傳播英文	選修	3
405936	傳播科技與日常生活	選修	3
405937	傳播法規與倫理	選修	3
405938	現代文選	選修	3
405939	新傳播科技	選修	3
405940	影像概論	選修	3
405948	紀實採寫（單學期課程，大一下或大二上）	選修	3
大二下學期			
科目代號(前6碼)	課程名稱	修別	學分
405917	公共關係基礎	選修	3
405924	進階資訊蒐集與應用	選修	3
405925	當代電影理論	選修	3
405928	參與式傳播	選修	3

405932	網路與親密關係	選修	3
405950	基礎創意寫作	選修	3

註一：大一大二不分系課程均為單學期。部份選修課程上下學期均開課，部份選修課程配合授課教師排課，開課學期可能調整，以當學期教務處公告課表為準。

註二：必修課程上課時間如上表所列，選修課程上課時間以當學期教務處公告課表為準。

伍、課程總覽

405001	傳播概論	必修	上學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>本課程分 4 班，分班授課，不分系大一同學選課由系統灌檔。</p> <p>(一) 把傳播當作人群交換意見的日常現象；(二) 激發同學對社會重大傳播議題的關心與熱情；(三) 培養分析、批判公共事務之能力，並懂得如何把傳播做為工具，有效和人溝通；(四) 使學生熟習傳播在社會所扮演的角色，同時兼具應用理論於當代台灣和國際社會的能力；(五) 傳播思想導讀，認識意義產生與詮釋、影響因素，並能思辨當前現象。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>傳播的概念從發展之初迄今不斷轉變，傳播作為一個學門的意義也是爭辯許久的話題。本課程旨在介紹「傳播」的不同面貌、不同時期人們對傳播的不同看法，希望使修課同學能藉以反思當代傳播所面臨的問題，進而想像未來傳播領域或行業的趨勢，以及作為傳播人才應有的能力。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時</p>					

405002	傳播與社會	必修	下學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>本課程分 4 班，不分系大一同學選課由系統灌檔。</p> <p>具備傳播理論知識，認識並理解如何應用理論。藉由理論的訓練，具備未來修習更高階的傳播相關課程之思考能力，具備清晰的思路，以及多元思考。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>本課程檢視理論的重點：每一理論關懷什麼問題？從何觀點出發？建立在哪些前提之上？如何探討傳播現象？有哪些重要的研究發現？該理論學說的內涵為何？有何貢獻與侷限？有哪些啟示？</p> <p>課程分 4 部分，4 位老師輪流授課：「傳播、我、和我們」、「視覺文化」、「全球媒體的政治經濟學」、「傳播這一行」。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時</p>					

405003	靜態影像設計	必修	單學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>此課程分 6 班（上下學期各 3 班），分班授課，不分系大一同學選課由本院分派。</p> <p>本課程作為傳播學院最基礎的一門工具課，目標是讓同學：了解數位影像的原理、了解創造高品質數位影像所牽涉的環節和技術、熟悉基本的軟體、硬體操作。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>今日的攝影師，在技術層面上，至少需要涉獵以下四個層面：（一）成像原理：數位影像的原理，相機如何控制光線，鏡頭如何影響影像；（二）影像美學：色彩與構圖，光線的控制與應用、數位影像創意；（三）影像管理：影像的編目、標籤、評等、關鍵字。影像處理；（四）基本的優化和修正、特殊視覺效果、目前常見的特效軟體。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

405004	基礎影音製作	必修	單學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>此課程分 6 班（上下學期各 3 班），分班授課，不分系大一同學選課由本院分派。</p> <p>（一）提供思辨、想像寫的傳播書寫能力中之影像技藝的學習。</p> <p>（二）完成學生理解與實驗影像傳達的基本能力。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>本課程共有十二個授課單元，分別教導影像構成基本元素（影像尺寸、角度、空間、線條、形狀、明暗度、燈光、色彩、景框、構圖...），影像流動型式（攝影運動、剪輯蒙太奇、分鏡、走位、場面調度、導演方法、視點與觀點、影音文本觀看理論...）。學期中每週安排實拍作業、期中作業討論、期末作品展演、學期考試等學習活動，以統合理論與學習實踐。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 2-3 </u> 小時</p>					

405005	傳播敘事	必修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	本課程分 4 班，不分系大二同學選課由系統灌檔。4 班合班授課，分班討論。 課程目標在培養具有媒體認知、瞭解傳播媒體運作的現代公民，促使學生瞭解傳播過程中敘事的基本知識，包括內容結構、過程和社會文化影響等，做為傳播人的知識基礎。				
課程大綱 Course Description	本課程大綱共分為四個部分：(1) 知覺：人類敘事的基礎；(2) 傳播與敘事理論；(3) 敘事的過程與意義；(4) 音像敘事的文化、政治與社會面向。 每一部份為三個講次，每一講次結束時，進行該講次的小考。期末有展演，實踐課程學習的內容。				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

405006	資訊蒐集與應用	必修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	本課程分 4 班，不分系大二同學選課由系統灌檔。分班授課。 (一) 面對傳播思維與環境變遷，應具有的方法與能力。 (二) 面對數位環境變遷，應具有的能力。 (三) 面對未來工作，所需要的思考、資料蒐集與應用能力。				
課程大綱 Course Description	發現問題與問題定義：資料的建構與取得方法介紹。 文獻引用與案例蒐集：如內容分析、調查法、焦點團體、個案研究等。 開放資料與新媒體：社群平台、網路時代的資料呈現與分析介紹。 大數據的概念與方法。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

405916	行銷傳播基礎	選修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	行銷推廣是行銷組合的四大要素之一。行銷管理不僅要開發新產品，訂定吸引人的價格、選定行銷通率，還要在製造商、批發商、零售商和最終消費者之間作好溝通的工作，用以促銷及推廣產品，因此，整合型行銷溝通扮演了重要的角色。本課程側重相關理論教授與個案討論，並規劃校外參觀訪問或專題演講，使學生瞭解實務運作方式。				
課程大綱 Course Description	<p>主要內容有：</p> <p>(一)行銷溝通概論；(二)品牌行銷傳播；(三)區隔並鎖定目標消費者；(四)策略性研究；(五)企畫與策略；(六)創意與設計；(七)媒體企畫與購買；(八)公共關係；(九)直效行銷；(十)促銷；(十一)效益評估。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

405917	公共關係基礎	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	本課程為公關之入門課程，旨在帶領同學認識公共關係專業領域的範疇，除了介紹公關基本概念與運作原則，並討論公關專業之角色與責任。作為基礎課程，本課程將協助同學了解公關專業是否符合志趣，並為進階課程做準備。				
課程大綱 Course Description	大致的課程內容包含：公關實務工作與相關學門之定義，專業概念的歷史演變，公關倫理與規範，不同專業次領域之介紹，產業的現況與趨勢，公關策略與企劃流程，以及實務案例討論等。				
預估每周課外學習時間 <u>9</u> 小時					

405918	傳播英文	選修	上學期	3學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 幫助學生熟悉國際新聞，並擴大視野。</p> <p>(二) 透過對國際時事的討論，協助學生發展分析能力。</p> <p>(三) 協助學生將其所學應用於日常生活的英語溝通中。</p> <p>(四) 訓練學生應用英文為傳播語言，來掌握傳播媒介的知識、表達與內涵。</p> <p>(五) 深入時事議題，利用廣泛閱讀資料收集，作為學生團體討論、個人演說、寫作與溝通之素材</p>				
課程大綱 Course Description	<p>平均兩到三週討論一個主題，由於國際時事瞬息變化，為了顧及時效性，每學期將視時事發展取材。本課程進行方式採互動模式：同學必須課前閱讀主題資料，授課老師會解釋與分析閱讀資料，學生可隨時提出問題，並參與主題討論。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

405923	行銷原理	選修	下學期	3學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>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。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>本課程強調現代行銷觀念在企業組織中所扮演的角色及功能，內容涵蓋：</p> <p>(一) 如何了解行銷及行銷過程；</p> <p>(二) 如何在動態的行銷環境中評估機會；</p> <p>(三) 如何發展行銷策略及行銷組合；</p> <p>(四) 國際行銷環境；</p> <p>(五) 行銷與社會；</p> <p>(六) 企業行銷管理實務之介紹。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

405924	進階資訊蒐集與應用	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	本課為「資訊蒐集與應用」之進階課程，在「資訊蒐集與應用」課程基礎上，深化同學以下能力：(1) 選擇、結合與設計不同蒐集資料方式解決問題；(2) 對資訊來源與品質之判斷；(3) 了解資料呈現方式與資訊蒐集之間的關係；(4) 實地執行資訊蒐集工作。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 針對問題設計蒐集資訊 (二) 透過閱讀和討論建立資訊蒐集的概念 (三) 透過個案導讀和分享，瞭解資訊蒐集的實踐策略和評估標準 (四) 了解相關限制，規劃資訊蒐集步驟 (五) 個案實作與研討 (六) 透過作業實作和分享，建立行動和反思能力。 				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

405925	當代電影理論	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<ul style="list-style-type: none"> (一) 探討當代各種文化理論如何與電影研究接合，從而形塑電影文化論述； (二) 檢視電影影音本質歷時性變遷之認識論基礎； (三) 以相關影片片段做為例證說明，思索電影論述背後存在的社會、經濟、政治、歷史與文化的生產條件； (四) 研究各種電影理論之間的辯證關係。 				
課程大綱 Course Description	<p>古典電影理論：蒙太奇、表現主義、寫實主義、作者論</p> <p>當代電影理論：符號學、精神分析、女性主義、結構與後結構主義、後現代主義、後殖民主義、文化研究、全球化、數位媒體、觀眾研究</p>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

405927	藝術概論	選修	上學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	分別就藝術的三大類：表演、象徵、紀錄（傳播科技）藝術作一探究，並從藝術的創造、鑑賞、批評中，培養同學的美學素養與生活實踐。				
課程大綱 Course Description	（一）藝術本質；（二）藝術的源流與發展；（三）藝術創作；（四）藝術作品；（五）設計藝術；（六）實用藝術；（七）造形藝術；（八）表演藝術；（九）語言藝術；（十）新形態藝術；（十一）臺灣民間藝術概述；（十二）映像藝術。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

405928	參與式傳播	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	本課程把參與傳播安置在公民社會與行動的脈絡中，學習過程將以同學們研發一項以傳播形式參與公民行動的計畫（a real project）為導向，計畫內容可包括打造一個獨立媒體、採寫一則深度報導、發展一種敘事文體、執行一項網路行銷、拍攝一部紀錄短片、編輯一個媒體識讀教案等。本課程目標在於： （一）培養傳播人應有的好奇心、同理心、瞭解環境與他人的慾望及能力；（二）齊備互動、溝通、再現、往復討論的知識、能力、與態度，通達、求進；（三）從行動、反思、協作中掌握當代傳播的各種模式、瞭解各種挑戰。				
課程大綱 Course Description	課程進行包括深度閱讀、討論辯論、小組行動、個人反思等。除了講課之外，同學的閱讀、討論、小組互動、行動、及個別或小組與教師的往返溝通都屬必要。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

405931	音樂概論	選修	下學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 透過閱讀、分析與聆賞，認知並了解音樂為何，培養音樂美感，並增進鑑別能力。</p> <p>(二) 透過理解與思辨，了解音樂之多元性，並能認知與應用個別特色與風格。</p> <p>(三) 透過理論與實務之結合，於做中學，實踐音樂於生活裡，提出反思、心得，使音樂與生命連結融合。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 音樂的元素；</p> <p>(二) 音樂的時間觀；</p> <p>(三) 流行音樂；</p> <p>(四) 音樂的空間觀；</p> <p>(五) 音樂與其他學科之關係。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

405932	網路與親密關係	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 從友誼關係，戀愛關係，和家庭關係三個親密關係的面向切入，探討網際網路中介的人際互動；</p> <p>(二) 探討這些關係被網路中介之後，產生的新權力態樣，新的疑慮與風險，和新的社會互動願景。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 什麼是親密關係：前現代，現代，後現代；</p> <p>(二) 網路與人脈存摺：數位時代的社會資本</p> <p>(三) 社群網站：友誼線上化？</p> <p>(四) 愛情的虛擬性；</p> <p>(五) 線上親密關係與自我再現；</p> <p>(六) 線上親密關係與風險：霸凌，騷擾，色情？</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

405936	傳播科技與日常生活	選修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	本課程的論述基礎建立在下列兩組對立項目：美感與日常、永恆與混沌。進而論之，「美感的日常生活化」與「日常生活的美感化」，已經是當代人類生活經驗的內容；另一方面，當思索永恆與混沌的辯證關係時，仍須面對每日生活的常態性存在。				
課程大綱 Course Description	<p>本課程擬探索：我們是如何過一天？日常生活是什麼？我們是如何形塑日常？它是如何尋常卻又不凡？日常生活經驗的美感基礎何在？日常生活實踐的文化基礎何在？</p> <p>由生活中了解資訊與傳播關聯，瞭解數位時代使用者對於內容的貢獻，所創造的文化，以及衍生的相關議題。對資訊社會資源與環境能夠了解，並能運用資訊科技，課程中從跨領域、跨科際的角度，綜合並運用創意思維方法與團隊的參與建立觀點與提出設計或企劃解決方案。</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

405937	傳播法規與倫理	選修	單學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	介紹新興之數位環境之下的傳播生態環境，並將從產業、媒體工作者及媒體使用者的角度，來討論現階段傳播環境中相關之規範與法律問題，希望藉此讓修課學生對國內外傳播生態有全面之瞭解，並對於未來發展趨勢有所想像，以對對於媒體結構之變化有理解與批判之能力。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 言論自由與新聞自由； (二) 媒介倫理理論與實務趨勢； (三) 傳播法律制度與法規； (四) 媒介經濟學與傳播倫理； (五) 照片與影像倫理； (六) 傳媒內容的規制與自律； (七) 誹謗； (八) 隱私侵犯； (九) 猥褻色情； (十) 著作權保護； (十一) 廣電與網路規制； (十二) 跨境傳媒與新媒體的規制：相關議題與反思 				
預估每周課外學習時間 <u> 6-9 </u> 小時					

405938	現代文選	選修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	傳播的勝義在分享生命。要分享生命，起碼須先認清自己。每個人都有缺陷，人要接納自己，更要發揮自己，成就自己的生命，也助成宇宙其他生命。本課目標在藉閱讀指定讀物，或觀摩影音作品，認識上述道理。				
課程大綱 Course Description	本課併用教師講授、學生報告、共同討論三種方式進行。讀物或為論述，或為中短篇小說，或為影音作品，皆有助於領悟「人與自然」、「人與土地」、「人與人」如何和諧。尤其議題都立足台灣，鼓勵獨立思考，冶煉獨立人格。				
預估每周課外學習時間 <u> 6 </u> 小時					

405939	新傳播科技	選修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 了解傳播、電訊與網路等科技發展脈絡</p> <p>(二) 認識新傳播科技的基本原理與應用</p> <p>(三) 培養未來進一步自我學習新科技的方法與能力</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 基本頻譜與網路架構，無線電波、數位訊號與壓縮，以及通訊協定與網路元件等概念</p> <p>(二) 比較不同方式的有線寬頻網路與電訊等增值服務</p> <p>(三) 數位廣播、數位電視與 Podcasting、OTT 等多媒體服務</p> <p>(四) 行動通訊網路架構、4G 多媒體服務與衛星通訊</p> <p>(五) 無線寬頻、個人網路與雲端運算</p> <p>(六) 虛擬與擴增科技的原理與應用</p> <p>(七) 不同類型的穿戴裝置與傳播科技運用</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

405940	影像概論	選修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	以電影為基礎，探討解析各種影像媒介，包括電影、電視劇、電視影集、MTV、MV、廣告、微電影、動漫、動玩、網頁等。藉由實例分析，以瞭解各種影像媒介獨特的語言、風格、形式與表達內容。期使學生日後能就特定影像產製與接收領域做深入研究。				
課程大綱 Course Description	(一) 攝影及運動； (二) 場面調度； (三) 聲音與音樂； (四) 燈光； (五) 剪接； (六) 劇本； (七) 演員與表演； (八) 行銷； (九) 發行； (十) 數位化。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

405944	創意與設計	選修	單學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	這是政大傳院的第一堂創意課。 透過授課、演練、討論與實作，從已知開始，往未知移動，帶著覺察，進入創意與設計的世界，練習用課堂學到的工具，對應自身在大學裡遇到的問題，提出解決方案。				
課程大綱 Course Description	(一) 入門：創意思考與設計思維 (二) 練習：文字、圖像、聲音與動作的拆解與重組 (三) 理論：潛意識與創造力 (四) 實作：成年禮應用程式				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

405945	聲音製作	選修	上學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	本課程培養學生對聲音媒體產業生態現況及未來發展之瞭解，訓練學生具備製播聲音媒介內容之技巧與專長。除啟發學生企製聲音媒介節目之創意，同時開展聲音媒體前景與個人潛力/傑出要件之連結，因應匯流媒體實務趨勢之所需。				
課程大綱 Course Description	本課程針對聲音內容製作特性、聲音條件、聲音內容製作基礎、聲音創意企製，以及聲音媒體-節目製作主持，包括：音樂節目、綜合節目、call-in 節目等，採取課堂講授、實作訓練、示範解析、參訪教學、專題演講、引進媒體產業及業師資源，並透過定期評鑑等多元方式，深度培養輔導學生產製成果，延伸產學合作交流。				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

405947	語言與溝通	選修	單學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 協助學生洞悉語言背後之日常生活、機構組織之秩序和邏輯。</p> <p>(二) 培養學生掌握包括語言在內的媒材資源，進而進行良好溝通之能力。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 言談與日常生活秩序</p> <p>(二) 言談與機構秩序</p> <p>(三) 同理心與傾聽</p> <p>(四) 媒材與溝通</p> <p>(五) 簡報溝通</p> <p>(六) 媒體談話</p>				
預估每周課外學習時間 <u>9</u> 小時					

405948	紀實採寫	選修	單學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 培養寫作及採訪基礎理論與實務；</p> <p>(二) 藉由線索的找尋、判斷、選取，培養敏銳的觀察力；</p> <p>(三) 透過訪問、寫作的練習，加強表達溝通能力；</p> <p>(四) 找新聞、想新聞、寫新聞，培養新聞感、嗅出新聞元素、有效率的蒐集整理資料、並於規定期限內完成採訪寫作。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 認識平面、廣電和網路媒體紀實寫作風格；</p> <p>(二) 了解當代記者如何進行紀實採寫、認識新聞報導和新聞影響力；</p> <p>(三) 紀實寫作的語言、語法、文字、修辭和寫作結構的組合；</p> <p>(四) 紀實採寫的消息來源、採訪和寫作的要求、新聞價值與紀實的採訪與寫作；</p> <p>(五) 如何運用多媒體工具，組合文字、照片、影片進行報導；</p> <p>(六) 如何運用社群媒體把故事送給讀者。</p>				
<p>預估第 1 周至 10 周每周課外學習 <u>3</u> 小時，第 11-15 周每周課外學習 <u>5</u> 小時。</p>					

405949	戲劇概論	選修	單學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 培養學生認識基礎戲劇理論和方法</p> <p>(二) 培養學生顯示創造能力並經驗戲劇藝術</p> <p>(三) 以舞台表演及音樂歌舞形式公開表達具戲劇性的故事</p>				
課程大綱 Course Description	<p>這是戲劇表演藝術入門課，全班合力推出原創音樂歌舞劇，並於期末公開演出。這門課鼓勵同學發揮創意，在高度互動情境中練習表達自己的思維與情感。透過負責的態度與合作協調，同學們將學習以舞台戲劇的方法說故事。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

405950	基礎創意寫作	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 鼓勵同學發揮本能，全面體驗身在之世界，捕捉自己對人事物的感受，組織成自己對世界的想像。</p> <p>(二) 尋找一些表達的系統或表述的技藝，使其讀者、觀眾、聽眾都能同其所感，並為之感動。</p> <p>(三) 教導學生基礎敘事學、原創電影電視劇本的基本編寫原則。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 開發想像（潛意識、夢、心理），體驗與觀察。</p> <p>(二) 瞭解文本構成，syntax, paradigm，視覺寫作。</p> <p>(三) 學習故事的構成：敘事學基本概念、故事材料準備與寫作過程，提案方法，人物開發及比喻系統。</p> <p>(四) 學習劇本基礎，角色塑造，故事原型，劇本結構。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時</p>					

陸、學生修業規劃及課程檢核表

大學部

姓名：_____

學號：_____

大一上學期

課程名稱						上課時間	類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少應修學分	28-32						96 (通識 32) ~ 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大一下學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32) ~ 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大二上學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32) ~ 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大二下學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32) ~ 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大三上學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32) ~ 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大三下學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32) ~ 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大四上學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32) ~ 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大四下學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32) ~ 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

新聞學系課程簡介

壹、教育目標

本系著重培養「紀實資訊」的敘事能力，舉凡影像、圖像、文字、聲音在不同平台上的採、編、播、出版，皆可在本系獲得完整訓練。相較於社會上行銷當道的氛圍，本系更重視公共利益與社會關懷。

本系目前有「新聞與資訊」、「媒體與文化」兩主修學程，學程設計的特色，是以前瞻性、未來性、與創新性設計課程。經由課程結構調整，傳統新聞採訪編輯課程得以融入不同媒介的寫作與其他相關課程，搭配增設的進階課程，以循序漸進方式落實專業教育。而學生根據興趣和性向，選擇適合自己的課程組合，並搭配輔系、雙修與集選制度，在大學四年中，也得到自行規劃學業發展的機會。

一、教育目標

- (一) 培養表達、敘事、溝通的能力。
- (二) 精熟與應用傳播學理的能力。
- (三) 培育數位時代的專業素養。
- (四) 陶鑄敬業精神、專業倫理與全球視野。
- (五) 培養創新與創業能力。

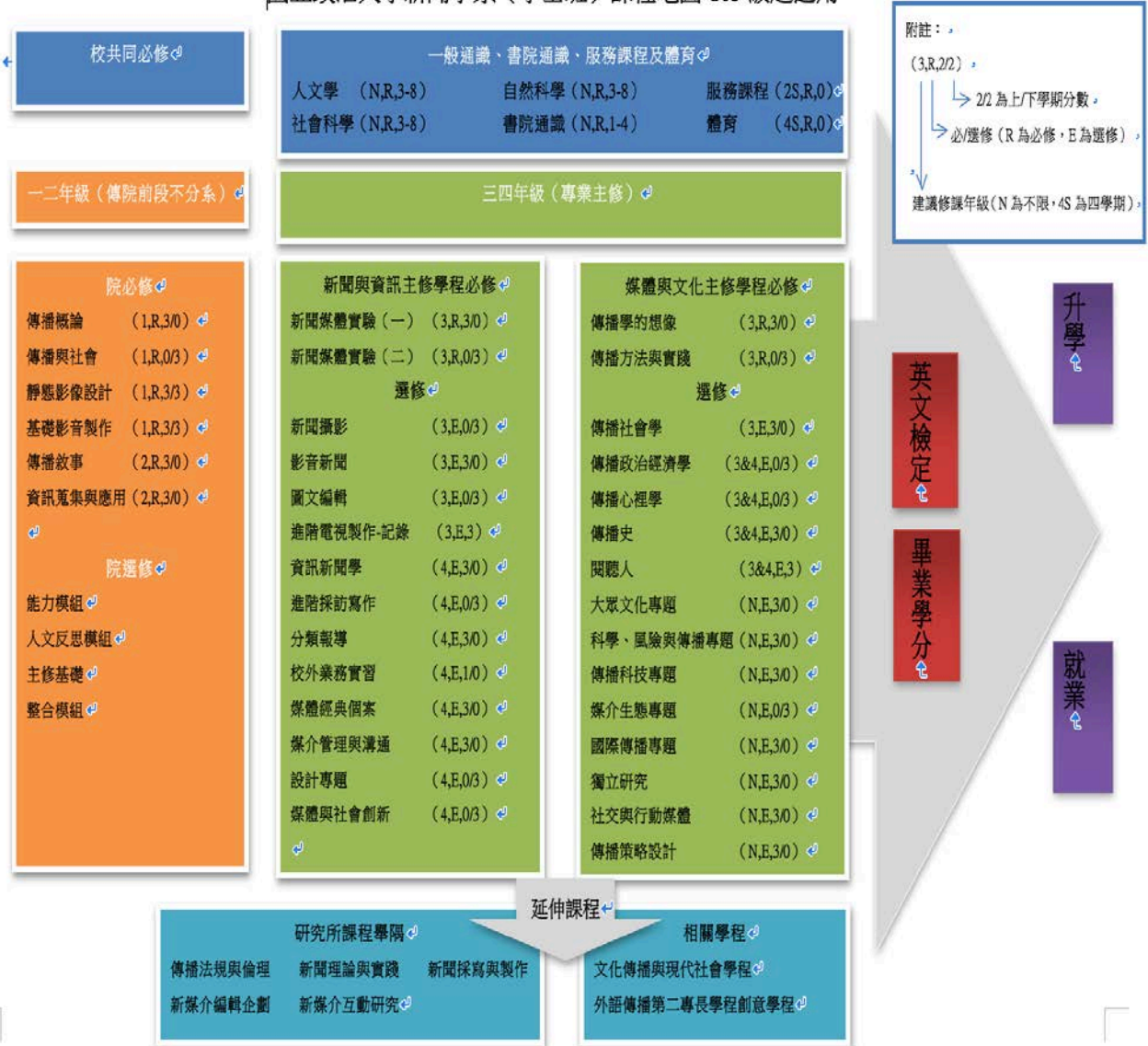
二、未來發展方向

在「新聞與資訊」領域中，傳統媒體組織已逐漸凋零、崩壞，以網路為基底的自媒體則迅速崛起，未來新聞工作者的能力，將從過去依附傳統大型媒體組織的工作模式，往以個人為核心的方向移動。目前亟需拓展之教學領域當屬「浮現的實踐課程」，諸如資料新聞學、文化創意與策展、媒體與社會創新等，將是未來課程發展的方向。

「媒體與文化」學程設定為碩士班的先修學程，希望結合五年一貫制度，爭取少數對研究有熱情的學生。未來具體的作法，是與碩士班合開「獨立研究」一課，鼓勵學生進入本系後追隨一位本系教師進行研究計畫，為將來申請五年一貫預做準備。

貳、課程地圖

國立政治大學新聞學系（學士班）課程地圖-103 級起適用



參、畢業門檻檢定及修業規定

一、新聞學系主修

畢業學分	128 學分
通識課程	28-32 學分
服務學習課程	兩學期 (0 學分)
體育課程	兩學期
必修科目	傳播概論 (3 學分)、傳播與社會 (3 學分)、基礎影音製作 (3 學分)、靜態影像設計 (3 學分)、傳播敘事 (3 學分)、資訊蒐集與應用 (3 學分); 共 18 學分
群修科目	「媒體與文化」主修學程：傳播學的想像 (3 學分)、傳播方法與實踐 (3 學分) 「新聞與資訊」主修學程：新聞媒體實驗 (一) (3 學分)、新聞媒體實驗 (二) (3 學分)
修課特殊規定	(一) 修讀「新聞與資訊」主修學程者至少需修畢 24 學分，含必修 2 科共 6 學分，其他 18 學分得修讀本主修課程或在「媒體與文化主修」修讀至多三科目 9 學分。 (二) 修讀「媒體與文化」主修學程者至少需修畢 24 學分，含必修 2 科共 6 學分，其他 18 學分得修讀本主修課程或在「新聞與資訊主修」修讀至多三科目 9 學分。 (三) 軍訓和體育選修課不列入畢業總學分。
資格檢定	依學校規定。

肆、課程規劃

大三上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
新開課程	新聞媒體實驗（一）	必	3
新開課程	傳播學的想像	必	3
新開課程	大眾文化專題－電視文化	選	3
新開課程	傳播策略與設計	選	3
新開課程	傳播政治經濟學	選	3
401755001	進階影音新聞－採編播實務	選	3
401756001	進階採訪寫作－報導文學	選	3
401801001	英文新聞編譯	選	3
401880001	進階採訪寫作－性別、階級、族群	選	3
大三下學期			
新開課程	新聞媒體實驗（二）	必	3
新開課程	傳播方法與實踐	必	3
新開課程	圖文編輯	選	3
新開課程	資料新聞學	選	3
401745001	設計專題－說故事的方式	選	3

401747001	進階影音新聞－深度報導	選	3
401761001	設計專題－隱喻與創意	選	3
401767001	英文採訪寫作	選	3
401835001	新聞攝影	選	3
401895001	影音新聞－電視	選	3
401917001	國際傳播專題	選	3
大四上學期			
401749001	媒體創新與創業	選	3
401769001	媒介管理與溝通	選	3
401800011	校外業務實習	選	3
401884001	設計專題－新聞圖表	選	3
401886001	設計專題－雜誌編輯	選	3
大四下學期			
401869001	國際傳播專題－區域傳播	選	3

註：實際上課時間以教務處公告為準

伍、課程總覽

新開課程	新聞媒體實驗（一）	必修	上學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	（一）實作新聞工作中的採訪與編輯項目。 （二）學習工作之後的自我檢討與改進。				
課程大綱 Course Description	（一）新聞採訪實作 （二）新聞編輯實作 （三）自我檢討、修正以及編定改進項目與評估方式。				
預估每周課外學習時間 <u>10</u> 小時					

新開課程	傳播學的想像	必修	上學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	（一）結合傳播理論與實例研究，從社會經驗與日常生活反思傳播現象。 （二）培養分析思辨、理論創新與批判能力。				
課程大綱 Course Description	（一）閱讀傳播研究的典律文獻，理解其時代問題與動機。 （二）實例研究：產業議題、文化議題、科技議題。 （三）研究設計發想				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

新開課程	大眾文化專題－電視文化	選修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 本課程旨在探討電視媒介形成的文化現象。</p> <p>(二) 反思制度／內容／閱聽人的研究取徑界分，並簡介此一家戶普及的媒介在日常生活與文化政治理論中相關的研究。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 課程不特別侷限在新聞或戲劇，主要分成兩部分，一為與電視相關之理論與研究主題之討論，其二為類型個案討論。</p> <p>(二) 個案研究將閱讀以台灣電視文化的各種現象為研究主題的期刊論文。</p> <p>(三) 閱讀範圍從早期電視作為一「現代」之科技象徵到「後現代」的消費文化機制。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時</p>					

新開課程	傳播政治經濟學	選修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 掌握政治經濟學的世界觀及其重要概念，進而學習傳媒產權、財政、內容生產與流通及使用與（流行）文化的關係。</p> <p>(二) 通過深度使用本地報紙與其他傳媒形式，培育能力，通過以批判的立場及實踐的角度，認識與改進台灣傳媒的表現。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 觀看紀錄片、課堂討論與繳交觀影心得。</p> <p>(二) 講授傳播政治經濟學，並挑選 1970 年代至今，若干台灣傳媒事件在報端的報導與評論，進行分析與討論。</p> <p>(三) 介紹台灣傳媒的歷史變化與現狀，特別重視公共服務媒體與傳媒改革運動。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

新開課程	傳播策略與設計	選修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 使學生熟悉結合議題設定與跨媒體策展相關的理論背景與實作案例。</p> <p>(二) 認識使用者經驗設計、設計人類學相關理論與案例研究。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 將新聞議題設定運用於視覺化展現，並介紹策展、博物館人類學等領域相關的敘事概念、知識與案例（如物質文化、國族主義、博物館的由來、策展技巧等）。</p> <p>(二) 認識跨媒體敘事的理論與實作案例（例：新聞遊戲、新聞視覺化等），並從使用者經驗出發思考、實作解決問題。</p> <p>(三) 介紹使用者經驗設計的觀念與創意發想理論，以及認識社會需求（如高齡化社會議題）。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

401755001	進階影音新聞－採編播實務	必修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>使同學熟悉電視新聞的採訪與製播。藉由本課程同學可清楚地操作一節電視新聞的採訪與製播。在採訪上，能熟練地運用影像來報導新聞；在製播上，能精熟新聞編排、棚內作業及直播實務。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 電視新聞製作流程與技巧</p> <p>(二) 即時新聞與現場報導</p> <p>(三) 議題追蹤報導</p> <p>(四) 新聞現場與公共利益</p> <p>(五) 每學期必須現場直播 4-6 集的 Unews 新聞。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

401756001	進階採訪寫作－報導文學	選修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	一般新聞稿受實證典範影響，標榜客觀公正，文體機械呆板，多敘事，少寫景，從來忌諱報導感情，但感情實存於人世，且是人生的重要內容，不處理，如何寫實？本課訓練以文學筆法寫報導，以能講感人的專題長故事為目標。				
課程大綱 Course Description	先閱讀與討論歷來「報導文學」佳作，摸索文體特徵，學用其特異功能。 期中選題提報導計畫，經指導修訂後，準備實作。 期中之後教師開始歸納講授文體各種要素與寫作心法。 期末須獨力完成作品一篇，永留傳圖供後輩觀摩。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

401801001	英文新聞編譯	選修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 介紹學生認識編譯工作，培養表達、敘事與溝通能力，進而提高學生接觸新聞英文之興趣。</p> <p>(二) 精熟與應用傳播學理之能力。</p> <p>(三) 加強學生與國際接軌之能力。</p> <p>(四) 陶鑄敬業精神與專業倫理。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 編譯概論 1、2</p> <p>(二) 單元：日皇登基祝辭、大批盧布、桃莉巴頓的烏園、拉賓行程、離婚的 101 種理由、教科書風波、愈挫愈勇的母親、美國政府介紹、希臘神話</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

401880001	進階採訪寫作－性別、階級、族群	選修	上學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 檢視當前全球化情況下，分化的社會與僵固的媒體文化交會而生的新聞產製議題。</p> <p>(二) 學習報導事涉多元價值的事件、政策，再思我們身處社會的樣貌，學習認識近人、認識自己。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一)「如何定義社會問題」：討論與寫作；</p> <p>(二)「有隱情的人」：觀察、討論、與寫作；</p> <p>(三)階級、族群、性別與交織性。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4-5</u> 小時</p>					

新聞課程	新聞媒體實驗 (二)	必修	下學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 實作新聞工作中的採訪與編輯項目。</p> <p>(二) 當代環境中的新聞產製工作：個案分析、專題實作以及多媒體或數據新聞生產。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 新聞採訪與編輯實作</p> <p>(二) 個案蒐集與分析</p> <p>(三) 專題新聞企劃、實作以及多媒體或數據新聞操作</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>10</u> 小時</p>					

新聞課程	傳播方法與實踐	必修	下學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 訓練學生發掘問題，同時針對問題，設計研究方法。</p> <p>(二) 讓學生掌握傳播研究方法之精髓。</p> <p>(三) 培養學生活用傳播研究方法之能力。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 發現與界定研究問題</p> <p>(二) 傳播研究方法介紹</p> <p>(三) 傳播方法個案實作與研討</p> <p>(四) 研究倫理</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

新聞課程	圖文編輯	選修	下學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 探討不同編輯平台（報紙、雜誌、電視、網路、手機、平板）編輯、敘事之出版與異同。</p> <p>(二) 介紹圖與文的表現形式，如何善用多媒體技巧表達敘事。</p> <p>(三) 儲備跨媒體平台編輯工作者應具備的理論與知識。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 設計理論與跨平台設計思維</p> <p>(二) 照片故事與幻燈片敘事</p> <p>(三) 資訊圖像</p> <p>(四) 影像廣告／新聞設計</p> <p>(五) 專題企劃：封面故事的故事</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時，期末最後三週約 <u>6</u> 小時</p>					

新開課程	資料新聞學	選修	下學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	資料新聞學近來變得新聞學的大熱門，但是很多時候資料新聞學被簡化為「視覺呈現」或「資訊視覺化」。其實如何呈現應該是最後一個步驟，在呈現之前需要懂得找資料，之後消化、處理、理解並報導之。本課程將資料新聞學視為進階採訪寫作技巧，希望修課的同學能夠掌握資料新聞學的要領，從資料說新聞故事。				
課程大綱 Course Description	在這一門課中，不只財經數據，包含環境、教育、醫療等各領域的數據，我們都會拿來討論、解析並練習報導，最後使用線上免費資源來製成視覺圖表。除了邀請業界專家來強化 Excel 操作與視覺化呈現技巧，本課程將以專題的方式來上課，在規劃主題中，先介紹已知的國外、國內媒體報導，接著自己動手挖掘、找尋台灣相關的資料，練習整理、分析，接著寫出新聞報導，並運用線上資源來做視覺化呈現。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

401745001	設計專題－說故事的方式	選修	下學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	以過往重大新聞案例，例如日本 311 地震、波士頓馬拉松爆炸等國際及國內大事作為範例，對照不同媒體在相同新聞中的呈現方式，並參照科技發展現況，設計課程目的，讓同學了解傳播業現況及社會趨勢最新發展，培養學生創新及創業能力。				
課程大綱 Course Description	從媒體的過去、現在與未來的發展開場，並輔以新聞從業者的基本工訓練，例如標題、導言，再推進到數位匯流與媒體發展現況。每一堂課以一個新聞事件為主，以閱聽人的想法及角度，呈現不同的說故事方式。每次上課的最後一堂會介紹最新媒體科技，對敘事方式的影響。				
每周課外學習大約 <u>1-2</u> 小時不等，包括比較新聞及分組作業討論。					

401747001	進階影音新聞－深度報導	選修	下學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	本課程為曾經修習過電視製作的同學所開設的進階課程，在本課程中，不再教導純新聞如何寫，基礎的電視採訪如何操作，而專注在如何採訪、拍攝製播深度報導之技巧與知識。本課程將完成一則五分鐘軟性專題，及一則十分鐘之分析性報導。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 全球電視新聞深度報導的發展與現況 (二) 深度報導的企畫與說故事方式 (三) 軟性深度報導的技巧 (四) 深度報導的攝影與剪接 (五) 分析性報導的採訪企畫 (六) 調查報導與分析性報導 (七) 新聞紀錄片 				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時，期中與期末作業週可能將達 <u>5</u> 小時					

401767001	英文採訪寫作	選修	下學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	This class teaches the fundamental concepts of reporting and news writing from the perspective of a veteran journalist who has years of experience in the field and specializes in international reports. Through readings, lectures, assignments, and actual practice in journalism, students will acquire reporting skills and proficiency in communicating facts and developing news articles through research and fact-checking.				
課程大綱 Course Description	(1) Screening of “Spotlight (驚爆焦點)” and post-screening discussion on professionalism in the age of new media; (2) Unique aspects of English-language news reporting and writing; (3) Techniques for collecting information and conducting a report; (4) How to write a good story; (5) Journalism in the digital age; (6) What it takes to become an overseas correspondent; (7) International news sources and reporting in foreign countries; (8) Life of a Taiwanese reporter abroad; (9) Journalistic integrity; (10) Feature writing.				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

401761001	設計專題－隱喻與創意	選修	下學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 本課程以隱喻理論搭配案例，培養學生運用隱喻性的跨域思維發展創新、創意的想像。</p> <p>(二) 經由體現認知的理論與案例，培養學生落實創新、創意思象的可行性與普及性。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 創意的思考與分析模式(類比推理、概念隱喻、概念合成、物錨)。</p> <p>(二) 融入生活脈絡裡的創意。</p> <p>(三) 數位傳媒創意、數位傳播與溝通的創意</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4-5</u> 小時</p>					

401835001	新聞攝影	選修	下學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>經由基本新聞攝影理論講解與實務拍攝，讓學生學習如何在新聞現場處理各種類型的採訪干擾，同時兼顧技術與新聞倫理、法律規範等問題，以拍得一張好的新聞照片，並懂得解讀什麼是好的新聞影像，培養編輯實務上的基本識讀和處理能力，同時也能掌握新聞圖像在平面與網路媒體的應用和發展趨勢。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>說明課程作業與評分標準，並了解同學對課程內容的期待或意見。請同學說明現有可資運用的相關軟硬體情形，並討論如何克服資源不足問題。討論數位學習平台輔助教學的形式及非上課時段如何有效聯繫？</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

401895001	影音新聞－電視	選修	下學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	這是電視新聞實務的入門課程，透過「做中學」以及新聞台實地觀摩，培養採、製、播影音新聞的基礎能力，並透視網路新媒體發展趨勢，強化未來進入實務界的核心競爭力。				
課程大綱 Course Description	以電視新聞產製流程為主體，採單元式講授及實作練習，輔以業界實例進行研討，並走訪電視台，實地見習新聞線上工作情況。此外，也藉由新媒體發展趨勢的介紹，啟發學生的創意和新思維。				
預估每周課外學習時間 <u>1-2</u> 小時					

401917001	國際傳播專題	選修	下學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 本課程探討國際傳播理論及其相關重要議題。</p> <p>(二) 作為一個全球公民，學生在課堂中將會熟悉國際傳播的範圍、理論演進的幾個階段。繼而探究新聞通訊社、衛星廣播電視，國際電影、軟實力、公眾外交，以及以上諸議題與國家形象的關係。</p>				
課程大綱 Course Description	從理論的掌握開始，探討現代化理論、依附理論、全球化，接著研究國際大通訊社的全球運作、具影響力的衛星廣播電視頻道 (CNN, BBC, Discovery, Fox, etc.)，電影、音樂、運動、服裝等軟實力，最後要瞭解國家公眾外交的重點與面臨挑戰。				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

401749001	媒體創新與創業	選修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	本課程鼓勵學員運用過去幾年在傳播學院學習到的能耐、知識和技能，嘗試以內容「創作者」角度進入媒體的「經營者」領域，運用網路科技建構「創新創業價值鏈」，從觀察環境，創意發想，整合資源，商業模式到營運發展。認識練習新媒體的創新與創業。				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 基本知識：包括商業模式，財務報表，管理 KPI，消費者行為等。</p> <p>(二) 案例討論：Top20 Internet Business。校外參訪和創業家座談。</p> <p>(三) 創業計畫操演：微型創新服務練習和創業計劃實作。</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 1 </u> 小時					

401769001	媒介管理與溝通	選修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>本課程為新聞系實習刊物《大學報》之將官班課程，旨在訓練學生領導的與抗壓之能力，主要目標包括：</p> <p>(一) 帶領記者設計未來《大學報》，培養他們在數位環境與創新情境下，進行新聞研發之能力。</p> <p>(二) 從領導、訓練《大學報》記者過程中，反思專業、學習、統御、壓力、倫理與法律等相關議題。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 人際管理與溝通</p> <p>(二) 新聞實務：消息來源、查證、選材、改稿、編版、下標</p> <p>(三) 影音新聞訓練與技巧掌握</p> <p>(四) 新聞加值：討論與實踐</p> <p>(五) 新聞室控制相關議題與反思</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 10 </u> 小時					

401800011	校外業務實習	選修	上學期	1 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	實習乃學界與業界連結最重要的管道之一，本課程提供以傳播、媒體為志業之學生，利用暑假期間與業界接觸，觀摩參與業界之實作過程，並與習自課堂的知識技能相印證，一方面讓學生體悟學界與業界之分流與匯流，另一方面則協助學生反思，確認自身個性與資質，是否能在傳播業界適才適所，取得更具前瞻的發展空間。				
課程大綱 Course Description	學生須於前一（下）學期規定期間，依本系作業進度表規定日期至系辦填表並主動參與分派作業。原則上，由學生自行填選實習機構，再由本系接洽實習相關事務，最終由實習單位決定實習之學生。實習於暑假進行，分七月、八月兩梯次，至少實習一個月。除非有不可抗拒之特殊因素，不得提早結束實習。實習學生應嚴謹遵守實習期限，並應於規定日期準時報到。實習完畢後，需繳交實習報告與評分表，以取得實習學分。課程以「通過」或「不通過」計分，不計入總平均排序。				
預估每周課外學習時間 <u> 0 </u> 小時					

401884001	設計專題－新聞圖表	選修	上學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	本課程目的在協助學生認識、使用和評估新聞圖表設計。學習目標分述如下： (1) 理解資料新聞報導和圖表訊息設計的本質；(2) 培養視覺思考和評估圖表訊息設計的能力；(3) 透過團隊合作蒐集和處理新聞資料，以及(4) 產製資訊圖表的基本能力。				
課程大綱 Course Description	本課教學將以「做中學」(Learning by Doing) 為主，學生應該(1) 事前閱讀指定教材，以及進行課堂討論，(2) 透過個案分享，建立圖表訊息評估能力，以及(3) 透過四個工作坊，學習軟體、產製圖表作品。本課程共有五個課後作業和一個期末作業。				
預估每周課外學習時間 <u> 3-4 </u> 小時					

401886001	設計專題－雜誌編輯	選修	上學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 瞭解雜誌出版的現況、規劃與編輯流程。</p> <p>(二) 探索進階之版面、視覺及其相關元件之理論與應用。</p> <p>(三) 善用資源，學習數位情境下雜誌出版、編排之變化與可能。</p> <p>(四) 整合四年所學，實際完成一專業、可上架推廣的雜誌成品。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 雜誌風格的誕生</p> <p>(二) 內容企劃、落版、版面設計</p> <p>(三) 單元：圖片編輯、文字設計、色彩與線條、封面目錄設計</p> <p>(四) 專題：圖文整合、雜誌影音短片、數位化雜誌設計</p> <p>(五) 期末作品展演、來賓講評</p>				
預估每周課外學習時間 <u>8</u> 小時 (1-12 週 <u>2-4</u> 小時、13-18 週 <u>12-24</u> 小時)					

401869001	國際傳播專題－區域傳播	選修	下學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 學習「文化帝國主義」、「新世界資訊與傳播秩序」、「文化全球化」的基本論說內涵及其起源與演變。</p> <p>(二) 認識 1950 年代至今，台灣傳媒對重大國際事件的報導與評論沿革，培育學習者發展「國際在地化」的基本知識與能力。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 觀賞紀錄片與劇情片、課堂討論與繳交觀影心得或評論。</p> <p>(二) 選定十至十五起國際事件，查詢、分析並報告本地至少一家以上報紙的再現，從中選擇部分，對比對岸的傳媒。</p> <p>(三) 介紹並評論若干國際條約（或協定）及聯合國教科文組織。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

陸、學生修業規劃及課程檢核表

大學部 (表格內容可自行增減)

姓名：_____

學號：_____

大一上學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大一下學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大二上學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大二下學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大三上學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大三下學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大四上學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大四下學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

廣告學系課程簡介

壹、教育目標

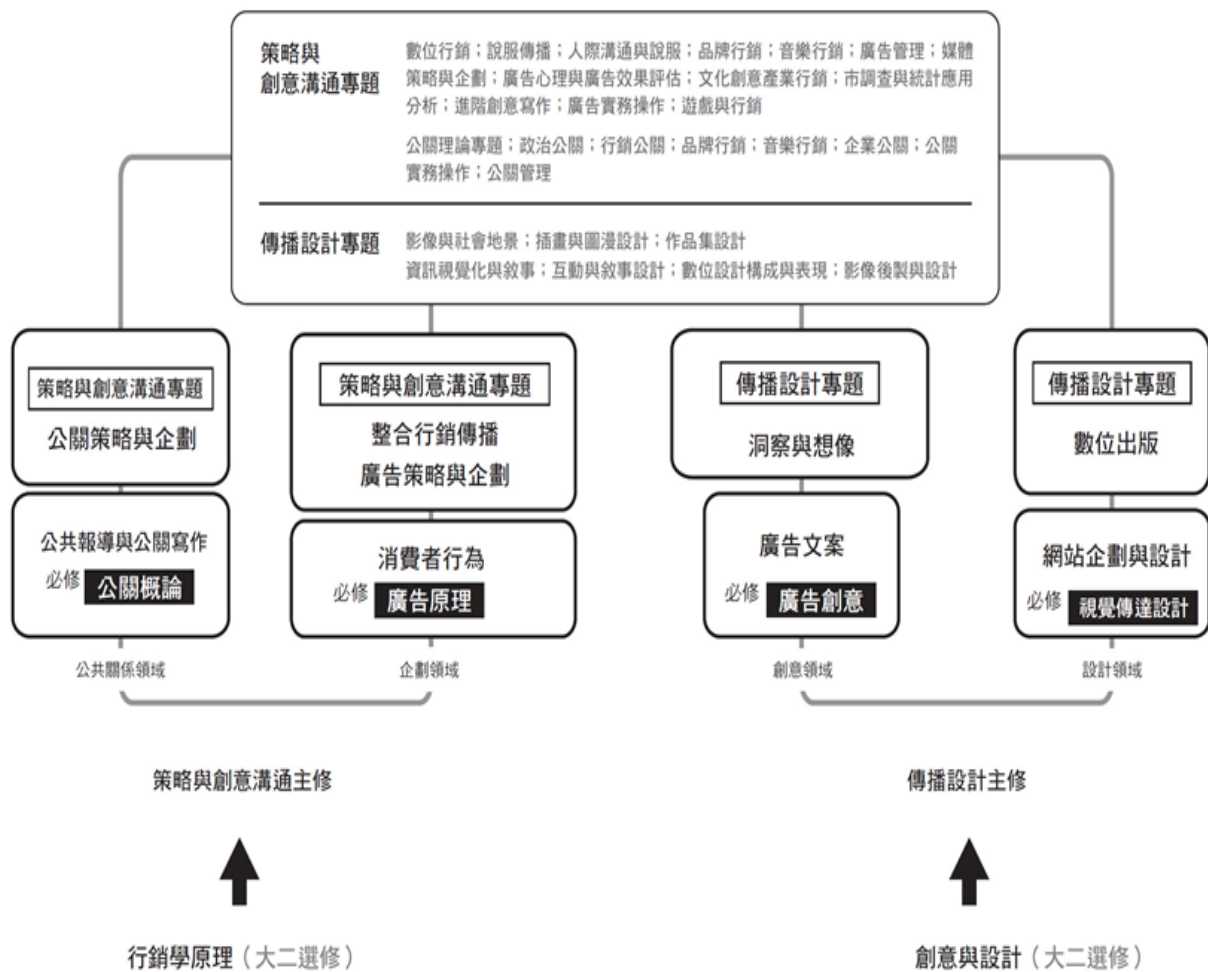
一、教育目標

在人文素養之通識教育基礎上，提供策略溝通與傳播設計之專業養成訓練，培養理論與實務並重之專業人才。廣告系畢業生能在新媒體環境下，洞察行銷溝通問題，並且能夠整合傳統媒體與新媒體，以創意解決問題。

二、未來發展方向

本系開設兩個主修學程：「策略與創意溝通」著重企劃訓練、分析工具的應用、以及整合廣告與公關策略的能力；「傳播設計」旨在開發學生創意策略、資訊轉化與設計、以及媒介設計的能力。

貳、課程地圖



參、畢業門檻檢定及修業規定

一、廣告學系主修

畢業學分	128 學分
通識課程	28 學分
服務學習課程	兩學期 (0 學分)
體育課程	兩學期
必修科目	<p>本系有「策略與創意溝通」主修學程與「傳播設計」主修學程：</p> <p>「策略與創意溝通」主修學程之必修科目為：「廣告原理」3 學分、「公共關係概論」3 學分。</p> <p>「傳播設計」主修學程之必修科目為：「視覺傳達設計」3 學分、「廣告創意」3 學分。</p>
修課特殊規定	<p>(一)「軍訓」和「體育」選修課不列入畢業總學分。</p> <p>(二)任一主修學程至少須修畢 24 學分，含必修 2 科共 6 學分；其他 18 學分得在兩主修學程課程中任意修讀。</p>
資格檢定	通過本校畢業相關規定

肆、課程規劃

大三上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402018001	公共關係概論	必	3
402068001	廣告原理	必	3
402689001	社群媒體行銷	選	3
402692001	視覺傳達設計	必	3
402733001	策略溝通專題：行銷公關	選	3
402785001	廣告策略與企劃	選	3
402806001	消費行為	選	3
大三下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402071001	廣告創意	必	3
402687001	電子遊戲與媒體娛樂	選	3
402712001	創意溝通專題：洞察與想像	選	3
402728001	人際溝通與說服	選	3
402815001	公共報導與公關寫作	選	3
402841001	創意溝通專題：廣告文案	選	3

402917001	企業公共關係	選	3
大四上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402688001	網路媒體與設計	選	3
402701001	資訊視覺化與敘事	選	3
402709001	創意溝通專題：創意書寫	選	3
402711001	創意溝通專題：畢業製作	選	3
402724001	策略溝通專題：畢業製作	選	3
402729001	策略溝通專題：數位行銷	選	3
402730001	策略溝通專題：文化創意與產業行銷	選	3
402732001	策略溝通專題：品牌行銷	選	3
402750001	市場調查與統計應用分析	選	3
402879001	創意溝通專題	選	2
464893001	創意溝通專題：美術攝影創作	選	3
大四下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402025021	畢業專題製作	必	3
402937001	公關策略與企劃	選	3
402707001	影像後製與設計	選	3

402809001	整合行銷傳播	選	3
402696001	數位出版	選	3
402698001	互動與敘事設計	選	3
402706001	廣告策略與管理講座	選	3
464921001	台灣電通講堂：新廣告實戰解密	選	3

註：實際上課時間以教務處公告為準

伍、課程總覽

402018001	公共關係概論	必修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	本課程為公關之初階課程，旨在介紹同學認識公共關係專業領域的範疇，除了講解公關基本概念與運作原則，並討論公關專業之角色與責任。本課程適合廣告公關或策略溝通主修學程的同學，為修習進階公關課程前之基礎課程。				
課程大綱 Course Description	公關實務工作與相關學門之定義，專業概念的歷史演變，公關倫理與規範，不同專業次領域之介紹，產業的現況與趨勢，公關策略與企劃流程，以及實務案例探討等。				
預估每周課外學習時間 <u>9</u> 小時					

402068001	廣告原理	必修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 廣告理論教授，以建立學生分析評論廣告表現之基礎。</p> <p>(二) 廣泛個案討論並規劃校外參觀訪問或專題演講，使學生瞭解實務運作方式。</p> <p>(三) 整體課程安排係使學生畢業後，無論進入廣告代理業、媒體購買公司或企業主廣告行銷部門，可以立即接手熟悉業務。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 廣告定義；(二) 消費者心理；(三) 區隔並鎖定目標消費群體；(四) 策略性研究；(五) 行銷策略與廣告；(六) 廣告策略與企劃；(七) 媒體研究；(八) 廣電媒體；(九) 平面媒體；(十) 廣告創意的過程；(十一) 創意的執行與製作；(十二) 廣告與推廣；(十三) 廣告倫理議題與社會責任；(十四) 廣告個案評析；(十五) 專題演講或校外參觀。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402689001	社群媒體行銷	選修	上學期	3學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 瞭解並深入探討社群媒體的發展及特性，應用於行銷企劃。</p> <p>(二) 從社會學、人際傳播及媒體與科技切入社群媒體，靈活運用其元素企劃行銷內容。</p> <p>(三) 瞭解並練習目前社群媒體行銷實作技巧及趨勢。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 行銷中的社群運算；(二) 社群媒體的發展及特性；(三) 社會網絡初探；(四) 社群網站閱聽眾：動機與個性；(五) 心理幸福感及情緒；(六) 自我及品牌形象呈現及展演；(七) 業界社群行銷演講；(八) 數位口碑傳播：情緒傳染；(九) 社群網站及病毒行銷；(十) 社群媒體及電子商務；(十一) 社群媒體及政治傳播；(十二) 網路互動性／遊戲化；(十三) 品牌之前社群行銷階段；(十四) 品牌階段與品牌之後。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402692001	視覺傳達設計	必修	上下學期	3學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>學習並認識符號學、格式塔心理學、錯視等視覺傳達理論概念，並透過平面設計、廣告設計、包裝設計及網站編排設計等相關領域之實務案例，瞭解點、線、面表現元素及色彩學等基本形、色構成概念，並運用軟體技術進行平面設計表現的實作演練。國內外優秀得獎作品案例賞析，讓同學瞭解視覺傳達設計的本質、意義及其應用。平面設計與影像合成軟體的教學，提升進階操作與應用能力。參加國際級海報設計競賽為目標。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 瞭解視覺傳達設計的理論與應用；(二) 平面設計表現技法的學習與應用；(三) 視覺傳達設計作品賞析；(四) 平面與影像設計軟體學習；(五) 平面設計專題實作演練；(六) 指導參加國際級海報設計競賽。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 9 </u> 小時</p>					

402733001	策略溝通專題：行銷公關	選修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course objectives	說明公關業界操作現況，以實際案例使學生瞭解行銷公關產業動態。				
課程大綱 Course Description	(一) 公關概念；(二) 公關在行銷中的角色：整合行銷概念；(三) 公關與消費者研究；(四) 媒體對於行銷的影響；(五) 公關與行銷渠道關係；(六) 議題設定與行銷；(七) 議題與行銷案例；(八) 利益關係人在行銷中的運用。(九) 利益關係人案例研討；(十) Social Media 與行銷：公關在網路以及 web 2.0 中的運用 Social Media 案例研討；(十一) 公關與整合行銷企劃：行銷中的公關企畫，如何撰寫企畫書 (十二) 公關與整合行銷案例。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402785001	廣告策略與企劃	選修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	(一) 認識企劃流程。 (二) 知道如何蒐集與分析次級資料以進行情境分析。 (三) 知道如何進行 SWOT 分析與排序。 (四) 知道如何設定行銷傳播目標。 (五) 知道如何發展行銷傳播策略與戰略。 (六) 知道如何設定 KPI。 (七) 知道如何撰寫專業的行銷傳播企畫書。				
課程大綱 Course Description	(一) 企劃流程；(二) 情境分析；(三) SWOT 分析；(四) 行銷傳播目標；(五) 策略與戰略；(六) KPI。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402806001	消費行為	選修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course objectives	藉課程講授與討論，使學生明瞭消費行為的各個面向與研究。並結合心理學、社會學、行銷學、與傳播學的理论，讓同學明瞭學理如何應用在市場區隔與行銷實務。				
課程大綱 Course Description	(一) 消費者知覺、學習；(二) 需求確認、資訊尋求；(三) 選項比較、執行決策；(四) 消費者動機與態度情感意圖；(五) 消費者人口統計、價值觀、生活型態；(六) 自我概念、人格與消費行為；(七) EICP 行銷資料庫 CEO 演講；(八) 文化環境與社會階層之影響；(九) 家庭與參考團體、口碑。(十) 商品的創新與傳佈；(十一) 如何和消費者溝通；(十二) 網路消費行為；(十三) 置入式行銷；(十四) 消費者權益與消費糾紛。				
預估每周課外學習時間 <u>2</u> 小時					

402071001	廣告創意	必修	上下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	(一) 學會思考，善用觀察。 (二) 懂得如何說故事（敘事），且故事會打動人。 (三) 知道如何用工具來說故事（工具涵蓋：五官可以接收的訊息，也許是聲音、文字、圖畫，也許我們還未知的表現形式）。 (四) 將所學的方法、工具、模式充分應用在實務廣告創作中。 (五) 信守原創 Originality 精神，完美中的完美。				
課程大綱 Course Description	(一) Incubation 孕育期：透過概念、方法，帶你體驗周遭事物，學會觀察與互動；(二) Saturation 轉化期：這階段又稱地獄期，新生命綻放出來前一定會經歷難過的陣痛，有的人陣痛期短，有的人必須陣痛好幾天，無論如何一定要忍耐下去，轉化成功有如打通任督二脈，將創意招式煉的爐火純精；(三) Illumination 擦亮期：在靈光一閃下，由無意識中浮現創意的閃光，藉由經驗與美感訓練將他刻劃出來。這個階段找出實際案例來練兵，把功力展露出來。				
預估每周課外學習時間 <u>2</u> 小時					

402687001	電子遊戲與媒體娛樂	選修	下學期	3學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	透過許多相關遊戲讀物文章、課堂的討論、團體小簡報、及期末簡報，深入探討遊戲其中的心理機制及文化元素！邀請業界遊戲設計師、及知名遊戲公司電競經理分享台灣的電競結構及遊戲產業，達到「玩中學！」				
課程大綱 Course Description	(一) 了解電子遊戲歷史：早期、黃金時光、大蕭條、及重生；(二) 家庭遊樂器；(三) 遊戲類型、介面及平台；(四) 玩家與社交遊玩；(五) 認識電子遊戲中的種族及性別呈現；(六) 電子遊戲的暴力內容與科學發現；(七) 遊戲產業及電競文化；(八) 認識台灣電競、亞洲遊戲；(九) 學習遊戲作為廣告媒介；(十) 遊戲與說服知識。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402712001	創意溝通專題：洞察與想像	選修	下學期	3學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	這是政大傳院的進階創意課。 以行動研究與深度心理學 (Jung Psychology) 為經、創意思考與設計思維為緯，透過理論講述、書寫反思、體驗性工作坊與 project base learning，運用洞察與想像工具，完成一份對應自身在當代社會如何安身立命的跨媒材創作洞察報告。				
課程大綱 Course Description	(一) 定義：何謂洞察？何謂想像？兩者與創意溝通的關聯？(二) 練習：觀察、同理、對話與分析工具；(三) 理論：心理類型、情節、原型、陰影、阿尼瑪與阿尼姆斯；(四) 實作：青年洞察報告。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402728001	策略溝通專題：人際溝通與說服	選修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 介紹同學熟悉當前最主要的人際溝通與說服理論、概念、議題、和爭議論點。</p> <p>(二) 增進同學對人際溝通與說服理論多面向及多重觀點的認識。</p> <p>(三) 讓同學們能學習如何觀察、分析不同情境下人際溝通與互動的行為。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 人際溝通面面觀；(二) 社會知覺與人際溝通；(三) 了解自己、別人、環境；(四) 自我概念與人際溝通；(五) 社會關係與人際溝通；(六) 關係溝通論；(七) 人際關係進展與終止；(八) 符號互動及語文溝通；(九) 非語文溝通；(十) 傾聽與回饋、情緒與溝通；(十一) 親密關係—愛情關係；(十二) 人際關係中的衝突與化解；(十三) 人際關係中的衝突與化解；(十四) 說服的本質；(十五) 說服理論面面觀。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402815001	公共報導與公關寫作	選修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>培養同學公關寫作的純熟度，並了解新聞媒體動態各式公關寫作的方式。將以上運用於公關實務操作中，包括公關企劃宣傳，建立媒體關係，相關訊息寫作與整理等。藉由課程，使同學了解企業公關或公關公司的新聞操作方式，學習在有限時間中如何蒐集資料、整理、撰稿的文字寫作與整合能力。並了解整合行銷傳播中公關的角度與運用的方式，亦是本課程的目的之一。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 公關與廣告的分別；(二) 公關的類型；(三) 媒體媒別與特性；(四) 公關寫作的主題與類型 (5W1H)；(五) 新聞價值與讀者需求；(六) 新聞搜集與資料整理；(七) 講稿改寫新聞稿；(八) 公關寫作 ①：消費新聞稿；(九) 公關寫作 ②：活動新聞稿、新聞照片與新聞影像；(十) 公關寫作 ③：調查新聞稿、認識採訪對象；(十一) 公關寫作 ④：公益新聞稿；(十二) 媒體採訪對象與新聞資料袋準備；(十三) 公關活動規劃；(十四) 公關案例介紹。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402841001	創意溝通專題：廣告文案	選修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	教授廣告文案從 A 到 Z 的完整知識，同時教導文案撰寫技巧。				
課程大綱 Course Description	(一) 文案是什麼；(二) 文案的功效；(三) 文案的演進；(四) 文案的撰寫原則；(五) 文案和廣告的關係；(六) 文案和創意的關係；(七) 文案和文學的差異；(八) 文案和視覺的關係；(九) 文案的撰寫前準備；(十) 從文學學文案；(十一) 從新詩學文案；(十二) 從歌詞學文案；(十三) 從極短篇學文案；(十四) 從庶民文學學文案；(十五) 文案的十大理論。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402917001	企業公共關係	選修	下學期	3 學分	廣告系
課程目標 Course Objectives	(一) 業界教師能帶給同學的不應只是實務操作技能，而是引領同學如何將學校中所學習的相關基礎學識，能活用到實務工作中。 (二) 公關不僅是整合行銷的一環，更不該只是媒體關係跟活動操作，公關還有更多不同的專業領域面向要讓同學理解。 (三) 個案的學習不僅是看熱鬧的批判，更要能透析背後的策略思維及環境及利益關係人課題。 (四) 公關需要簡報能力，書寫能力更要能團隊合作。				
課程大綱 Course Description	公關是一門溝通的學問，因此精進『溝通』的五字心訣是我們畢生追求的目標。本課程在學習溝通 SMCRE 五字訣的五門專業知識與技巧：(一) C+R；(二) C+S+M；(三) S+E；(四) 基本能力篇；(五) 基本態度篇。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402688001	網路媒體與設計	選修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 網站企劃概念學習。</p> <p>(二) 網站前台與後台的設計重點概念。</p> <p>(三) 網站企劃書撰寫技巧。</p> <p>(四) 網站設計軟體與程式概念認知。</p> <p>(五) 網站設計實作演練。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 網站企劃概念：讓學生瞭解 B2B、B2C、活動網站等不同類型網站的企劃重點與設計概念；(二) 網站前台與後台的設計重點：透過實際案例說明網站前後台的設計重點與其影響層面；(三) 網站企劃書撰寫：學習網站企劃書的撰寫方式與技巧；(四) 網站設計軟體與程式概念：介紹網站設計的軟體類型及 HTML、CSS、Java Script 及 HTML5 等網頁程式語言的應用概念；(五) 網站設計實作：學習 Adobe Muse 網頁設計軟體，並藉由實作演練，理解網站設計流程與方法。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

402701001	資訊視覺化與敘事	選修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 訊息可視化概念與認知：討論視覺傳達設計所呈現的作品如何敘述生動的故事、傳達多種訊息、並影響使用者的決定。</p> <p>(二) 訊息視覺化個案研究：了解靜態畫面的設計與掌握基於視覺傳達設計的基礎知識與技術。</p> <p>(三) 訊息視覺化練習：應用對信息可視化過程的設計與研究進一步探究視覺設計的溝通運用與閱聽者之間的關係。</p> <p>(四) 實作演練與同儕學習：視覺傳達創作路線、使用者判讀的理解與判斷、視覺與實體空間的關係、以及視覺與時空環境的變遷等主題。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 訊息設計與視覺傳達；(二) 視覺語言與使用；(三) 工具；(四) 媒體；(五) 平台；(六) 視覺語言與敘事方法；(七) 視覺化與敘事案例：平面視覺；(八) 視覺化與敘事案例：訊息設計；(九) 視覺化與敘事案例：標示與指引。(十) 視覺化與敘事案例：LATCH 與 17；(十一) 訊息視覺化再設計提案；(十二) 設計概念發想與構思；(十三) 視覺設計原型與創作。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

402709001	創意溝通專題：創意書寫	選修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	這是政大傳院的進階創意課。 以行動研究與當代存在主義（海德格、齊克果、余德慧等）為經、創意思考與設計思維為緯，透過理論講述、書寫反思、創造力工作坊與 project base learning，運用廣義的書寫工具，完成一份自我增能的跨領域、跨媒材創意教案。				
課程大綱 Course Description	（一）定義：何謂行動研究？何謂當代存在主義？（二）練習：自動書寫、心靈書寫、自由書寫、生命故事書寫；（三）理論：詮釋心理學、存在主義心理學、生死學；（四）實作：從存在到存有之越界教案。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

402711001	創意溝通專題：畢業製作	選修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	（一）提供學生專業實作的機會。 （二）協助學生完成專業知識的整合。 （三）期使學生體驗團隊合作的經驗與歷程。 （四）培養學生創意思考、蒐集資料、解決問題的能力。 （五）建立學生的自信心。 （六）提升學生表達或陳述觀念及資訊的能力。				
課程大綱 Course Description	（一）企畫課程：課程介紹，過去經驗傳承、行銷傳播暨廣告產業分析（創作組：創作概念）、環境／背景分析 checklist、行銷熱潮：事件／概念行銷；（二）廣告企劃與策略：概念／企業／商品分析 checklist、行銷熱潮：神秘／話題（buzz）行銷、消費者洞察分析、消費者分析 checklist、業師授課、競爭分析、競爭者分析 checklist、行銷熱潮：生活形態（綠色／樂活）行銷；（三）簡報策略與技巧：策略發想 checklist。				
預估每周課外學習時間 <u>9</u> 小時					

402724001	策略溝通專題：公關畢業製作	選修	上學期	3 學分	廣四
課程目標 Course Objectives	課程為專業之進階課程，旨在訓練廣告公關或策略溝通主修學程同學之策略發想與企劃能力，透過企劃案的擬定，同學得以應用所學協助實際客戶或合作組織解決實務問題。				
課程大綱 Course Description	修課同學以小組為單位為實際客戶或合作單位進行溝通策略之規劃，除了進行環境與市場研究、確定策劃目標、發展策略與企劃執行方案，包含設計訊息與界定溝通目標對象，以及提出效益評估方案。				
預估每周課外學習時間 <u>15</u> 小時					

402729001	策略溝通專題：數位行銷	選修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	本課程在於讓學生了解數位行銷的特性與發展趨勢，更要讓學生熟悉全方位的數位行銷工具整合運用，及進入數位行銷產業的準備及途徑。				
課程大綱 Course Description	(一) 數位行銷概論；(二) 數位時代的新媒體規則；(三) 數位行銷的十二項原則；(四) 網路／網站；(五) 網路媒體：播放式廣告；(六) 搜尋；(七) User Experience；(八) 病毒行銷；(九) 數位行銷架構與策略；(十) 目標定義與參與者寫真；(十一) 建構數位平台／Channel Mix；(十二) 數位創意／創新；(十三) 消費者創造內容／打造知名度；(十四) 行動平台；(十五) 社群媒體；(十六) 行銷統合；(十七) 資料的管理；(十八) 分析與優化。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402730001	策略溝通專題：文化創意產業行銷	選修	上學期	3學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	所有的生活方式、產業經營只要能連接「文化」、「創意」這兩個元素，都可以成為「文創產業」，透過適當的包裝與傳播，就是「文創行銷」。將「文創」視為「文化」與「創意」二元互動，是本課程的特色，期使學生經由關注「斯土斯民」，培養「文化商品化、商品文化化」的創新力。				
課程大綱 Course Description	(一) 導論—產業、文化、創意；(二) 文創產業品牌管理；(三) 城市行銷文創化；(四) 在地文化行銷文創化；(五) 工廠行銷文創化；(六) 商圈行銷文創化；(七) 其他商品行銷文創化；(八) Workshop：台北市特色商品之開發、博物館行銷文創化、內容商品行銷文創化、台客文化精緻化—華視豬哥亮節目行銷企劃、從藝術品到文創品—《台灣藍鵲》文創化、台灣意象器物之開發、大稻埕特色商品之開發等等；(九) 結論—從「品牌」到「名牌」。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

402732001	策略溝通專題：品牌行銷	選修	上學期	3學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	以淺顯易懂的實戰案例市場透視品牌行銷的策略、創意、企劃。				
課程大綱 Course Description	(一) 行銷傳播實戰入門；(二) 策略思考暨創意企劃；(三) 行銷傳播策略思考與創意企劃隨堂演練；(四) 活動行銷；(五) 品牌贊助；(六) 新聞曝光；(七) 品牌定位；(八) 行銷；(九) 管理。				
預估每周課外學習時間 <u>2</u> 小時					

402750001	市場調查與統計應用分析	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	(一) 認識市場調查與廣告研究；(二) 知道如何發展嚴謹的研究方法；(三) 獲得基礎統計知識；(四) 知道如何選擇正確的統計技術；(五) 知道如何使用 SPSS 軟體進行假設檢定；(六) 知道如何正確解讀統計結果；(七) 知道如何撰寫專業的市場調查報告。				
課程大綱 Course Description	(一) 市場調查介紹；(二) 概念測試 (Concept Testing)；(三) A/B testing / Copy Testing。(四) 敘述統計；(五) 點估計與抽樣分布；(六) 信賴區間；(七) 假設檢定；(八) 單一樣本 t 檢定；(九) 獨立樣本 t 檢定；(十) 單因子變異數分析；(十一) 皮爾森相關分析；(十二) 卡方檢定。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402879001	創意溝通專題	選修	上學期	2 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	創意是廣告最核心的價值。廣告創意對商品訊息的包裝，除了面臨在商業行為中需要打動人心、促進商品銷售、改變人們看法及影響生活外，更因為數位媒體逐漸取代傳統媒體，而必須呈現更多元、更互動、更廣泛的適用性（例如：如何用創意包裝 SoLoMo）。創意，不論古今，不分媒體，是廣告人就必須具備的能力。所幸，廣告創意是創意形式裡面，比較能用有系統的方式得窺全貌，進而加以訓練的。本課程將從實務觀點，介紹各主要類型廣告的創作流程、創意發想方式、創意在新興媒體的應用，與評估創意的的方法。				
課程大綱 Course Description	(一) 判讀廣告實務中的創意需求。 (二) 發想廣告創意所需的技巧與工具。 (三) 各類型主流廣告的創意發想與執行。				
預估每周課外學習時間 <u> 2 </u> 小時					

464893001	創意溝通專題：美術攝影創作	選修	上學期	3 學分	傳播碩 廣告四
課程目標 Course Objectives	歡迎有意願經由拍照習作，進行攝影創作、深化影像賞析，與建立相關論述能力的同學。這不是一門只聽講及閱讀文本的課，全學期有三次全班作品檢討，修課同學必須在學期末完成至少一組足以參加全國性攝影比賽的作品				
課程大綱 Course Description	(一) 攝影是一種「視覺傳播」的表現形式；(二) 攝影是一種「藝術」的表現形式；(三) 靜態數位影像美學 (形式與內容)；(四) 單張、靜態的「純粹」影像；(五) 非單張、替代式的影像呈現形式；(六)「個人影像剪貼簿」。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402025021	畢業專題製作	必修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	課程為專業之進階課程，旨在訓練廣告公關或策略溝通主修學程同學之企劃執行與評估能力，延續上學期畢業製作課程，修課同學協助實際客戶或合作組織執行企劃案並展出成果。				
課程大綱 Course Description	修課同學繼續以小組為單位為實際客戶或合作單位執行擬定之溝通策略計劃，除了實際執行活動方案與進行評估外，亦公開展出課程企劃過程與成果。				
預估每周課外學習時間 <u> 4 </u> 小時					

402937001	公關策略與企劃	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	本課程為公關學程高階課程，開設目標旨在幫助同學熟悉公共關的實務與策略的規劃為目標，將「公關概論」、「公關寫作」等課程中介紹的公關策略運用、如何建立媒體關係、新聞稿寫作與媒體特性分析等範圍加以整合，讓同學從個案操作中學習公關企劃書的寫作，公關策略的思考與規劃，公關活動的執行與效益評估。				
課程大綱 Course Description	課程主要正式參與公關提案競賽為目標，進行以下課程規劃：(一) 公關企劃的前置階段—產業的需求與問題分析；(二) 業前置分析；(三) 研究設計與執行；(四) 組織分析與外部分析；(五) 公關策略規劃；(六) 公關媒體介紹；(七) 宣傳（說服）策略之發想；(八) 危機處理；(九) 公關活動的執行與評估。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

402707001	影像後製與設計	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	本課程作為銜接基礎攝影的進階課，目標是讓同學： (一) 接觸後製的創意與技術。 (二) 利用後製技術創造特殊的視覺經驗。				
課程大綱 Course Description	本學期的課程涉獵以下四個層面：(一) 拍攝優質影像；(二) 影像優化；(三) 後製美學；(四) 軟體技巧。 課程進度：(一) 處理 Raw 檔；(二) Photoshop 基礎；(三) 透過銳利與柔焦輔助敘事；(四) 色彩創意；(五) 修正瑕疵 美化人像；(六) 紋理；(七) 合成與特效。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402809001	整合行銷傳播	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 認識整合行銷傳播重要專有名詞。</p> <p>(二) 認識不同的直效行銷與銷售促進工具。</p> <p>(三) 知道如何進行觸動點分析。</p> <p>(四) 知道如何評估訊息一致性。</p> <p>(五) 知道如何使用觸動點與次級資料分析結果，進行整合行銷傳播企劃。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 整合行銷傳播基礎；(二) 直效行銷；(三) 消費者銷售促進；(四) 觸動點分析；(五) 觸動點整合；(六) 訊息整合；(七) 整合行銷傳播企劃。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

402696001	數位出版	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 學習編排設計的設計概念與表現形式。</p> <p>(二) 國內外優質數位出版品作品賞析。</p> <p>(三) 數位出版技術學習與演練。</p> <p>(四) 期中與期末數位出版實作演練。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 編排設計觀念學習；(二) 數位出版作品賞析；(三) 數位出版技術學習。</p> <p>(四) 數位出版實作；目的：讓學生對編排設計及數位出版的實務流程有基本概念，並能運用所學之觀念與技術完成期末的數位出版作品。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

402698001	互動與敘事設計	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 互動敘事理論認知。</p> <p>(二) 互動敘事個案研究。</p> <p>(三) 互動敘事實作演練。</p> <p>(四) 工作分工與同儕學習。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 敘事的演化與數位敘事的發展；(二) 互動的類型與互動技術分析；(三) 圖像的視覺敘事與案例賞析：數位漫畫案例；(四) 影像的符號敘事與案例賞析：動畫與電影運鏡案例；(五) 互動的認知敘事與案例賞析：互動藝術與互動廣告；(六) Motion Book Tool 圖像與影像敘事技法教學及演練；(七) Motion Book Tool 互動技術教學及演練；(八) 互動敘事故事發想與構思；(九) 數位敘事腳本與分鏡創作。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

402706001	廣告策略與管理講座	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>本課程是由台灣廣告教父賴東明董事長所召集的一系列專題演講課，邀請國內 12—15 位高階經理人剖析當前的廣告環境和發展。同學於課程中可以接觸高階主管的實務經驗和觀點，有助於選擇個人發展方向和就業。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 廣告環境；(二) 廣告組織；(三) 廣告策略；(四) 網路行銷；(五) 廣告創作；(六) 廣告媒體；(七) 廣告責任；(八) 廣告效果；(九) 公益廣告；九大主題介紹。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402705001	台灣電通講堂—新廣告實戰解密	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	本課程主要由台灣電通廣告公司多位高階主管以接力的方式，傳授該公司所研發的企劃架構，有系統的帶領同學發展一個企劃案。過程中，同學有機會接觸第一手的廣告實務經驗，並且接受專業經理人的指導。本課程的價值在於銜接理論與實務。				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 認識台灣電通及最新廣告作業流程；(二) 電通品牌模型；(三) 有感的溝通策略開發—行銷傳播策略思考；(四) 有感的溝通策略開發—Target Insight (Workshop)；(五) 有感的溝通策略開發—Message Design & Idea Creation (Workshop)；(六) 從 What to Say 到 How to Say；(七) 從 Product Concept 到 Creative Concept；(八) 視覺與生活 & 文字與生活；(九) 在電通與 AE、CR、MK 面對面座談；(十) My 創意觀 Creative Concept (Workshop)；(十一) 溝通新思維 Crosswitch (Workshop)；(十二) 數位行銷大趨勢 & 數位媒體環境；(十三) 社群行銷 & digital campaign planning。</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 4 </u> 小時					

陸、學生修業規劃及課程檢核表

大學部 (表格內容可自行增減)

姓名：_____

學號：_____

大一上學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大一下學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大二上學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大二下學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大三上學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大三下學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少應修學分	28-32						96 (通識 32) 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大四上學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大四下學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少應修學分	28-32						96 (通識 32) 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

廣播電視學系課程簡介

壹、教育目標

一、教育目標

廣電系教育教學目標為：「培育具備人文素養、批判思維、創造力與國際觀基礎通識知能之影音內容創作與管理政策人才。」本系致力於邀聘合格師資、充實硬體設施設備，努力落實教學品質，推動學術研究與活動，使系務紮實發展，教學與研究積極向上提升，精心培養廣播電視與新媒介之內容產製與政策管理人才。

具體教學目標列述如下：

培育電子傳播媒介內容產製創意與創作「知行合一」之「企、製、編、導」專業人才。

培育電子傳播媒介內容製播經營與管理基礎人才。

培育電子傳播媒介發展、法規政策與社會影響之基礎研究人才。

培養上述人才之「團隊、服務、責任」之專業精神。

厚植上述人才之人文、社會科學與一般通識之學能基礎。

自 103 學年度起，本系負責「媒介創新與管理」和「影音企劃與製作」兩主修學程，課程內容規劃所依循的核心能力分別如下：

「媒介創新與管理」主修學程

- (一) 理解新媒介科技挑戰與創新能力
- (二) 具備媒介管理與政策規劃專業知識與能力
- (三) 具備媒介批判與決解問題的能力

「影音企劃與製作」主修學程

- (一) 熟悉影視製作工具與軟體操作能力
- (二) 具備以影視符號說故事能力
- (三) 具備影視賞析與創意能力

同時，透過傳播學院整合實驗中心的各實習單位、業界實習與畢業製作，增加學生的實戰經驗，培養團隊、服務與責任的專業精神，以培育企劃、編劇、導演、製作、數位內容產製、以及新媒介管理與政策之人才。

二、未來發展方向

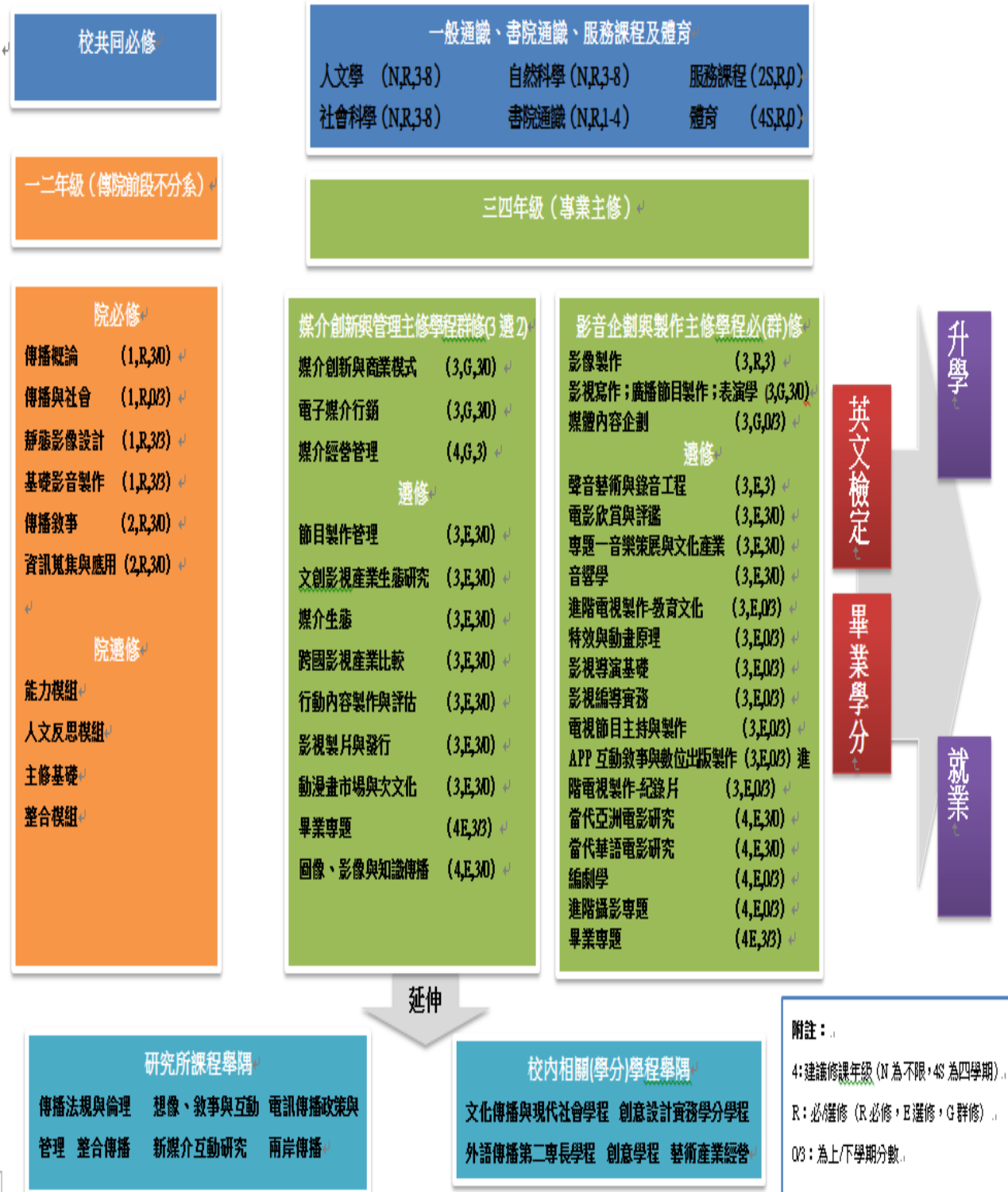
迎接數位匯流時代，愈來愈多的新影音平台與媒介裝置大量出現，例如：iPhone、iPad，或是 3D 立體影像與虛擬影像等。消費者的觀影情境和經驗改與過去大不相同，產製技術、媒介平台與產業模式也隨著網路科技的發展快速革新。因此，政大廣電系的目標，除了培養具人文素養、創意、批判思維能力的「企、編、導、製」內容創作人才外，也將加強對新科技的瞭解與技術運用，考量各種互動介面的設計，思考使用情境對影音內容消費的影響，以因應新媒介商業模式與管理政策等問題，為傳播事業注入新生命。

學生畢業後大多於傳播業界工作，包括：傳播公司、報社、廣播電台、電視台、公關公司、雜誌社、廣告公司、電影發行公司、網路公司、唱片公司等。另由於數位匯流趨勢，近年來也有不少同學在電信業、電子書、手機、網路等新興媒體工作。

在工作內容方面，常見包括：影音製作（導演、編劇、製作人、成音師、攝影師、場記、美術、企畫等專技人才）、新聞記者與主播、廣播與電視節目企劃、廣告、行銷與管理等。近三年，約有過半數的畢業校友投入職場，其餘則繼續就讀國內外研究所深造，除了傳統的傳播廣電領域外，也有不少同學選擇藝術、設計、行銷、政策與管理等研究所。

貳、課程地圖

國立政治大學廣播電視學系（學士班）課程地圖(103 級起適用)



參、畢業門檻檢定及修業規定

一、媒介創新與管理主修學程

畢業學分	128 學分
通識課程	28 學分
服務學習課程	2 學期 (0 學分)
必修科目	----
群修科目	媒介創新與商業模式 (3 學分)、電子媒介行銷 (3 學分)、媒介經營管理 (3 學分); 3 選 2; 共 6 學分
修課特殊規定	(一)「軍訓」和「體育」選修課不列入畢業總學分。 (二)修讀本主修者至少須修畢 24 學分，含群修 2 門共 6 學分，另其他之 18 選修學分可於本主修內修習；或可至《影音企劃與製作主修》修習至多承認 3 門課共 9 學分。
資格檢定	依學校畢業資格檢定

二、影音企劃與製作主修學程

畢業學分	128 學分
通識課程	28 學分
服務學習課程	2 學期 (0 學分)
必修科目	影像製作 (3 學分); 小計 3 學分
群修科目	影視寫作 (3 學分)、表演學 (3 學分)、媒體內容企劃 (3 學分)、廣播節目製作 (3 學分); 4 選 1; 小計 3 學分
修課特殊規定	<p>(一)「軍訓」和「體育」選修課不列入畢業總學分。</p> <p>(二)修讀本主修者至少須修畢 24 學分，含必/群修 2 門共 6 學分，另其他之 18 選修學分可於本主修內修習；或可至《媒介創新與管理主修》修習至多承認 3 門課共 9 學分。</p>
資格檢定	依學校畢業資格檢定

肆、課程規劃

大三上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
050017001	服務學習課程－社區與參與傳播 I		0.0
050203001	服務學習課程－巡演車：大學生藝術巡迴服務老人計畫		0.0
403874001	媒介生態	選修	3.0
403053	影像製作	必修	3.0
403054001	影視寫作	群修	3.0
403055001	媒介創新與商業模式	群修	3.0
403774001	文創影視產業生態研究	選修	3.0
403797001	聲音藝術與錄音工程	選修	2.0
403817001	電子媒介行銷	群修	3.0
403824001	專題－音樂策展與文化產業	選修	3.0
403872001	節目製作管理	選修	3.0
403883001	表演學	群修	3.0
403914001	電影欣賞與評鑑	選修	3.0
403943001	音響學	選修	3.0
大三下學期			

	媒體內容企劃	群修	3.0
	APP 互動敘事與數位出版製作	選修	3.0
	跨國影視產業比較	選修	3.0
	動漫畫市場與次文化	選修	3.0
403045001	影像製作	必修	3.0
403772001	廣播節目製作	群修	3.0
403779001	影視製片與發行	選修	1.5
403784001	進階電視製作--紀錄	選修	3.0
403791001	行動內容製作與評估	選修	3.0
403794001	影視編導實務	選修	3.0
403797001	聲音藝術與錄音工程	選修	2.0
403799001	電視節目主持與製作	選修	3.0
403887001	進階電視製作—教育文化	選修	3.0
大四上學期			
	畢業專題	選修	3.0
403767001	圖像、影像與創新傳播	選修	3.0
403775001	當代華語電影研究	選修	3.0
403852001	媒介經營管理	群修	3.0
403878001	專業實習	選修	1.0

大四下學期			
	進階攝影專題	選修	3.0
050184001	服務學習課程－兩岸學生影展企劃與執行		0.0
	畢業專題	選修	3.0
403770001	編劇學	選修	3.0

註：實際上課時間以教務處公告為準

伍、課程總覽

050017001	服務學習課程－社區與參與傳播 I		上學期	0 學分	廣電系
課程目標 Course Objectives	<p>本課程在上學期十八小時的規劃中，分為「物」的關懷、「環境」的關懷、及「助人」技巧經驗見習三面向：</p> <p>(一)「環境」的關懷認識與協助網路空間內容紀錄與通報等；</p> <p>(二)「物」的關懷是協助各項服務活動前的準備工作；</p> <p>(三)「助人」技巧經驗見習則透過社區服務行動。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>媒體倫理經驗觀摩</p> <p>「媒體報導」的關懷見習</p> <p>「助人」技巧經驗見習—青少兒志工篇</p> <p>學期間社區服務</p> <p>「助人」行動</p> <p>學期心得分享與問題討論</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6-10</u> 小時</p>					

050203001	服務學習課程－巡演車：大學生藝術巡迴服務老人計畫		上學期	0 學分	廣電系
課程目標 Course Objectives	<p>本服務課由具有專長的大學生通過表演藝術，向安養院老年族群傳送愛與關懷的行動。參與課程的學員在以表演專業服務過程中，省察安養制度及機構，培養同理孤老之情懷，成長為珍惜福份和積極助人的正向人格。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>公益巡演前製與演出工作規劃</p> <p>四月 教師及核心幹部會議、製作通訊錄、接洽演出單位、討論表演內容、節目設計、討論贈禮、召集組員、聯絡受訪單位</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時</p>					

403874001	媒介生態	選修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	本課程將透過個案分析和互動討論，認識國內外媒介發展趨勢與媒體生態。課程內容涵蓋廣電媒介、電訊與網路生態內部結構與外在環境關係，從個別媒體發展觀察整體媒介生態，掌握媒介關係及變遷。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 全球媒介發展趨勢、電視新聞的過去、現在與未來 (二) 紙媒轉型與即時新聞發展 (三) 公共傳媒生態——英國 BBC 的台網轉換 (四) 公共傳媒生態——美國 WNET、WETA、WGBH 挑戰 (五) 從 Netflix 看 OTT TV 發展 (六) 三大國際通訊社新媒體策略——AP、Reuters、AFP (七) 國際傳播——半島電視發展與社群應用 (八) 國際傳播——央視美洲台和新華社北美總分社 (九) 媒介創新——Google 和 YouTube (十) 國會頻道生態與發展——美、英、法、台灣 (十一) 族群媒介——客家、原住民、新住民 (十二) 公民新聞——從立法院開放公民記者採訪看媒介趨勢 (十三) 從台灣歷年奧運轉播看電訊傳播發展 (十四) 數位廣告與媒介生態 				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

403053001	影像製作	必修	上學期	3 學分	廣電系
課程目標 Course Objectives	<ul style="list-style-type: none"> (一) 銜接大一影像製作基礎，以進階製作原理與案例引導學生理解製作美學與流程。 (二) 實作訓練學生具備企劃案、中級單機製作能力並引導創造力。 (三) 帶領學生認識產業結構、重要節目型態與製作流程。 (四) 在團隊合作中訓練學生協調，合作能力與領導統馭。 				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 介紹數位影音產業結構與趨勢，節目分工與製作流程，企劃案之編寫要領。 (二) 介紹高畫質錄影製作，加強燈光、收音與剪接等技術的訓練。 (三) 以單機資訊短片與劇情短片作業為訓練核心，實際操作實務工作並完成作業。 (四) 課程進行中並安排校外電視台或新媒體機構參觀並邀請業界專業工作者進行經驗分享。 				
預估每周課外學習時間 <u>4.5</u> 小時(課前預習 1 小時，課後作業與創作 3.5 小時)					

403054001	影視寫作	群修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 教導學生研討多種影視類型劇本、不同影視劇本結構、編劇手法與修改方法。</p> <p>(二) 本課程承續上學期的基礎創意寫作課為一套影視編劇教學系統，本課程理論方面為學生增強影視編劇理論，實務方面則由學生分組完成一個詳細分場大綱與劇本中的三場戲。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 教導學生研究不同類型電影的劇本結構和特色。</p> <p>(二) 教導學生如何凸顯素材類型的強項來強調角色塑造、影像化與對白，以進行劇本修改。</p> <p>(三) 經由實作過程，探討如何遵守、創新與突破傳統結構。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>2-4</u> 小時</p>					

403055001	媒介創新與商業模式	群修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 了解創新與商業模式的基本理論</p> <p>(二) 從日常生活與動手作業反思理論與概念</p> <p>(三) 能應用理論架構，分析新媒介的創新與商業模式個案</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 創新理論與環境，創新者特質、組織文化與實踐障礙</p> <p>(二) 商業模式概念與分析架構，以及設計流程與策略</p> <p>(三) 從情境、生活脈絡與習慣等質性方法理解使用者</p> <p>(四) 透過大數據等量化分使用者行為</p> <p>(五) 使用者社群與廠商共同平台的共創機制</p> <p>(六) 資源聯盟的成本結構，廣告、定價與獲利模式評估個案</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

403774001	文創影視產業生態研究	選修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course objectives	認識目前台灣影視產業(鏈)生態結構，以及新科技對影視產業的影響。				
課程大綱 Course Description	<p>甚麼是文創產業(依據文化創意產業發展法)：指源自創意或文化積累，透過智慧財產之形成及運用，具有創造財富與就業機會之潛力，並促進全民美學素養，使國民生活環境提升之產業。</p> <p>甚麼是媒體生態：一門跨領域的研究，旨在探索媒體與人類互動中的文化特質，藉此研究，可解釋不同的媒體環境如何影響我們的社會和生活。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

403797001	聲音藝術與錄音工程	選修	上學期	2 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	使學習者能知道影音製作中，聲音的角色，並從而建立製作流程的觀念				
課程大綱 Course Description	以對白人聲(Dialog)、環境音(Ambience)、動作音(Foley)、音效設計(Sound Design)、與音樂(Music)作為支架，透過錄音(Recording)、剪輯(Editing)、與混音(Mixing)的實際操作，撐起影音媒體的聽覺表現，將成果與商業製作相比討論，得出修正的路徑，達到學習的目標。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

403817001	電子媒介行銷	群修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	本課程從電子媒介行銷之八面向，有系統且深入瞭解電子媒介行銷之整合運用及實務操作。 分別為：市場面、行銷面、產品面、觀眾面、整合面、執行面、效益面、趨勢面。並以實務經典案例的討論，激發熱情，培養產業優秀人才，期與產業市場接軌發展。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 電子媒介市場資源運用及現況 (二) 影視內容之行銷系統介紹 (三) 媒介行銷之執行流程 (四) 影視內容之媒體行銷成功因素 (五) 媒介行銷之金鐘獎分析 (六) 影視內容之國際趨勢研究分析 (七) 文創產業之媒介行銷 (八) 媒介行銷之粉絲經濟 (九) 新媒體行銷之創新與應用 (十) 媒介行銷之全媒體服務生態系 (十一) 媒介話題行銷之實例 (十二) 媒介行銷之數位匯流 				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

403824001	專題－音樂策展與文化產業	選修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	<p>在這門課程中，我們將一起探討音樂展演策劃人的角色，以及節慶的價值與文化永續。同時，也在多個課堂討論與作業設計中，觀察台灣與其他國家在音樂文化政策上的異同，並檢視多個國際音樂節案例，作深入分析與討論。</p> <p>這門課也會遊走在校內外不同的空間裏，包括不同樂種的音樂節與展演空間。修課同學在期末以小組為單位，完成一個音樂展演計劃的提案。這個提案將邀請校內外多位老師進行評審及講評。</p>				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 我是策展人，你也是策展人？ (二) 音樂節與節慶傳統 (三) 音樂節現場初探 (四) 文化、文化產業、文化創意產業 (五) 音樂展演與空間 (六) 音樂節的價值與永續 (七) 展演空間參訪 (八) 這本企劃書寫給誰？補助、贊助與競標 				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

403872001	節目製作管理	選修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	本課程擬就學習者過去所接觸之媒體觀察或節目製作心得，規劃節目企劃、產製、行銷相關課程內容；另涉入媒體經營與管理應用等領域知識，深入探討節目製作管理應具有的思維。課程目標，在使學習者於修習本課程後，能對整體節目製播環境與產製管理，有更深一層的認知。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 經營管理的意涵與媒介生態 (二) 傳播媒介組織的運作 (三) 節目內容產製與流程及產製與策劃人力管理 (四) 主題討論/專案研析 (五) 閱聽人與受眾分析 (六) 媒體研發與資訊管理/前段複習 (七) 節目製作預算管理 (八) 節目行銷管理 (九) 專題演講---廣電媒介與廣告管理 (十) 廣告製播管理 				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

403883001	表演學	群修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	<ul style="list-style-type: none"> (一) 活著。我們有調整和覺察學習的能力和需要，課表可以因此調整。 (二) 課堂每週筆記與看戲報告共三篇（所見、所思、所感） (三) 期中演出 /期末呈現 				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 劇場架構與進劇場行程說明 (二) Helmi workshop Mr. hit (三) 啞劇練習說明 (四) 信任遊戲 (五) 啞劇練習 (六) 讀本、排練與試走戲劇 				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

403914001	電影欣賞與評鑑	選修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course objectives	本課程之目標在總合視覺傳播與敘事之相關知識，並用於各類型影視文本之閱讀與分析。望同學能透過本課程的文本分析，複習敘事、影像、聲音的構成，理解影視文本創作之技藝知識，並透過影視之內部理論與外部理論、底層結構與上層結構、文本分析與語境分析、歷時研究與共時研究，完整解讀影視文本的意義，並從而推演至對文本連結之社會、文化、哲學、美學、歷史、性別、國族、政治...之理解。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 敘事與傳播的形成 (二) 敘事的鞏固與變奏 (三) 視覺基本 (四) 影像與政治：家國想像與集體主義 (五) 神話結構：出發與歸程 (六) 欲望：缺、欲望小客體 (七) 巫矩陣：惡意與善意的缺席 (八) 真實：觀看與認識論的本質 				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

4033779001	音響學	選修	上學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course objectives	透過學理教授及實作協助對專業錄音有興趣、有音樂基礎的同學 <ul style="list-style-type: none"> (一) 了解聲音原理及其應用領域； (二) 學習人聲及各種樂器錄音，培養進階錄音技巧，提升音訊媒體製作能力； (三) 認識專業音響系統，並能善加運用； (四) 認識音訊媒體的演進及培養數位音訊媒體運用的能力 				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 音響學概論、聲音媒體發展與演進 (二) 聲音原理、聽覺系統 (三) 聲音的空間效應 (四) 成音系統、麥克風原理與運用 (五) 數位錄音原理與數位錄音媒體、混音機原理與運用 (六) 人聲錄音(談話、歌唱)、器樂錄音(管弦樂、擊樂、管絃樂、國樂、(一) 戲曲等) (七) 剪輯與混音 (八) 高傳真與多聲道音響系統 (九) 音訊科技發展趨勢 				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

	媒體內容企劃	群修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	構思與撰寫影視節目企畫案的素養為核心，透過對於影視產業結構、內容產製以及國內外各節目類型與內容的理解，啟發同學具備評估、構想與企劃節目的創造力，並且學習提案、實務製作的方法。				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 學習各類電視節產製流程與製播結構，以了解節目與產業結構的因果關係。</p> <p>(二) 熟悉各種不同節目的類型(formate), 以了解市場與節目的定位、形式、目的及創意的關係。</p> <p>(三) 以節目實務工作之探討分析，熟悉構思的程序與步驟。</p> <p>(四) 介紹企畫案的格式，了解從構想到實踐的整體性與各分項的功能。</p> <p>(五) 企畫案撰寫與討論，使學生從實作中熟悉書寫技巧與資源分配。</p> <p>(六) 將從戲劇、音樂綜藝、兒童節目、實境秀、紀錄片等等類型的務實探討。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

	APP 互動敘事與數位出版製作	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	本課程著重於與 APP 市場、傳播敘事有關 APP 內容規劃與設計，預定針對各種靜態、動態內容進行設計與製作；但有鑑於傳播學院學生缺乏程式設計基礎，使用輔助工具以避開程式設計部分，重心是在內容的規劃與創意。尤以數位出版設計工具作為規劃的基礎媒介。				
課程大綱 Course Description	<p>(一) APP 載具與市場的現況、技術發展之介紹。</p> <p>(二) APP 的類別與特色。</p> <p>(三) 數位出版開發軟體的認識與互動工具之練習。</p> <p>(四) 電子書 APP 的規劃與製作。</p> <p>(五) 互動式電子繪本的規劃與製作。</p> <p>(六) WEB-APP 工具介紹與應用。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

	跨國影視產業比較	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	(一) 了解國際影視產業環境，與跨國媒體集團運作理論 (二) 熟悉跨國影視產業文獻與資料搜集及分析方法 (三) 比較不同國家的影視產業市場與政策				
課程大綱 Course Description	(一) 如何搜集跨國影視資料與個案分析 (二) 影視產業經濟特性、研究方法與政策制定 (三) 跨國媒體集團形成與壟斷問題 (四) 新科技、跨國媒體競爭與國家角色 (五) 分組報告與檢討美國、中國、韓國、日本、英國與其他國家之影視產業結構與政策 (六) 從比較跨國影視產業，建議台灣未來的影視政策方向				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

	動漫畫市場與次文化	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	動漫畫在新媒體與娛樂產業扮演主流或關鍵要素，熟悉動漫畫敘事方法不僅是跨足這些產業的重要基礎，也是了解相關次文化重要步驟。本課程以「看待瑰寶」的眼光重新審視動漫畫：驚人市場產值、跨領域發展能力、流暢思考與說故事特性、源自於動漫遊戲的次文化氛圍與傳播現象。				
課程大綱 Course Description	(一) 動漫畫遊戲市場的現狀與問題。 (二) 御宅(Otaku)學概念與動漫次文化介紹。 (三) 大師級動漫畫案例探討：鋼彈、福音戰士、攻殼機動隊等。 (四) 校園青春劇與少女文藝作品探討。 (五) 新近崛起的潛力作品與特殊的市場魅力：魔法少女小圓、進擊的巨人、海賊王等。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

403772001	廣播節目製作	群修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	(一) 認識廣播與多元媒體生態 (二) 廣播人養成 (三) 廣播節目企劃創意發想與執行 (四) 廣播節目製作實務演練 (聲音表情運用 / 錄音技巧 / 節目錄音)				
課程大綱 Course Description	(一) 廣播人的養成 (二) 廣播廣告製作 (三) 廣播節目類型 (四) 從創意出發—廣播節目企劃書撰寫 (五) 主持技巧大公開 (六) 廣播與音樂的親密關係 (七) 風格塑造 (八) 廣播電台參訪 (九) 訪談實務訓練 (十) 廣播 VS 新科技				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

403779001	影視製片與發行	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course objectives	本課程主要以台灣、中國大陸及香港等兩岸三地華人聚集的地區或國家為研究主體，希望透過資訊研判、專題演講及市場觀察等理論與實務的合併操作，讓學生深入理解華語地區影視產業的發展現況、結構及市場特色，藉以理解台灣影視產業在全球化的發展趨勢中所位處的競爭優勢及或將面臨的邊緣化危機。				
課程大綱 Course Description	透過資訊研判、專題演講及市場觀察等不同方式，讓修課學生得以對華語電影產業獲得既具理論基礎，又具市場實務經驗的深入理解。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					
備註：本課程由二位老師合授，此為李亞梅老師上課，共 9 堂課上課					

403884001	進階電視製作-紀錄	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	一學期完成紀錄短片。				
課程大綱 Course Description	(一) 為什麼要拍紀錄片/紀錄片的題材與元素 (二) 紀錄片的田野調查與預訪 (三) 紀錄片的敘事及形式風格 (四) 企劃案撰寫 (內容大綱、預算、進度) (五) 人物紀錄片 (人物訪問) (六) 紀錄片導演在現場 (七) 紀錄片的攝影及錄音 (八) 剪接及後製作業 (九) 紀錄片的拍攝倫理				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

403791001	行動內容製作與評估	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	本課程讓學生認識製作行動設備內容所需的知識，使學生有機會接觸行動傳播內容形式與科技，並從實作與小組討論發展成品，為往後內容設計與管理作準備。此課程使對依科技形式製作內容有興趣的同學，從訊息處理過程、人機介面、組織需要、消費者需要等面向討論實驗。鼓勵同學創作行動內容與新消費方式與行銷/社會行銷模式。行有餘力，也將結合理論與實作應用行動科技來達到傳播的目的，讓學生不管是在人際溝通，社群建立，工作，遊戲，學習等，成為更有效率、具人文思考的使用者與製作者。				
課程大綱 Course Description	(一) 基本行動與網路科技 (二) 為小螢幕設計內容 (三) 娛樂價值 (四) 社會情境 (五) 使用者 (六) 專案管理 (七) 社會行銷				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

403794001	影視編導實務	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	教學目標：十八週內從編寫劇本、影片前置到完成一部劇情短片。				
課程大綱 Course Description	(一) 影片題材討論 (二) 編劇討論 (三) 確定劇本並進行拍攝討論 (四) 拍攝細節討論 (五) 前置籌備作業 (六) 影片拍攝 (七) 剪接剪接及後製 (八) 影片粗剪 (九) 影片定剪				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 時					

403799001	電視節目主持與製作	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	本課程兼具理論與實務教學，除引導學生熟悉數位匯流趨勢下電視產業生態現況/發展趨勢、電視節目規劃/策略，以及電視節目企畫/製作/主持原則技巧外，為培養學生發展數位時代創意製作以適應新興媒體平台，特別加強培養個人「專長特質」表現之「基礎功」，包括主持、上線實務能力、塑造個人風格等，精進電子媒介呈現與表現實力。				
課程大綱 Course Description	本課程針對電視旁白/配音、聲音表情、現場主持、電視主持/主播等能力要件以及節目創意企畫製作等，採取課堂講授、實作訓練、示範解析、參訪教學、專題演講、引進媒體產業及業師資源，並透過定期評鑑等多元方式，深度輔導學生產製成果，創意主持製播不同類型節目包括：新聞節目、談話節目、座談型節目、行腳類節目、專題報導節目、綜合類型節目等現階段主流節目類型，以延伸產學合作交流。				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

403887001	進階電視製作－教育文化	選修	下學期	3 學分	廣電系
課程目標 Course Objectives	本科目之教學目標為協助學習者 (一) 認識教育文化節目特性與價值，了解各國教育文化節目製作趨勢 (二) 學習各類教育文化節目企劃、劇本編寫以及製作方法 (三) 根據專業團隊分工方式與製作流程，完成節目創作 (四) 培養影棚多機製作能力				
課程大綱 Course Description	(一) 教育文化節目類型與製作流程 (二) 教育文化節目設計與企畫 (三) 影棚節目製作流程與專業分工 (四) 控制室系統原理與運用 (五) 導播分鏡與製作團隊指揮 (六) 教育節目企劃、製作、發表 (七) 文化節目企劃、製作、發表 (八) 教育文化品質評鑑				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

403049001	畢業製作	必修	全學年	3 學分	廣電四
課程目標 Course Objectives	(一) 以一年為期指導學生以原創的形式與多元的媒材，抒發個人的情感與意見，表現個人創作技藝或策展規劃，並結合數位製作技術與行銷策略以驗證所學。 (二) 學生在指導下以實務工作與創作執行來實踐自我，完成作品並且公開展演。				
課程大綱 Course Description	(一) 前導階段:於暑假期間與創作組及策展組同學討論作品初步構想。 (二) 第一階段:開學後，複習必要之創作知識與技術，以集體課程進行。 (三) 第二階段:依作品類型與策展設計分組進行"工作坊"與內涵反覆討論，對於進度與執行品質加以監督與指導。 (四) 第三階段:下學期對於不同的創作，引介業界師資逐步提供技術實踐之協助，完成作品。 (五) 第四階段:執行策展規劃，舉辦對外展演與海外交流，從行政、財務、媒宣、展場規畫、海外交流到團隊執行各面向，完成組織協調、募款、行銷推廣與跨國移動能力的培養。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

403767001	圖像、影像與創新傳播	選修	上學期	3學分	廣電四
課程目標 Course Objectives	本課程探討知識性 (non-fiction) 內容的視覺表現概念，開課主要目標有三： (一) 重視圖像、影像的實驗精神； (二) 拓展對影像敘事的想像； (三) 促進自主學習的能力。				
課程大綱 Course Description	本課程涵蓋的媒介包括知識性圖畫書、到紀實影片、科學紀錄片，以及資訊動畫 (animated infographic)；分為三個主題進行：靜態圖像、影片，及動畫。				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

403775001	當代華語電影研究	選修	上學期	3學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	(一) 本課程以華語電影為研究核心，探討台灣、香港、中國、海外地區等電影產製情況。 (二) 透過每週放映影片，以及學者專家的專題演講，再配合相關閱讀材料，以求徹底解析影片例證，以及該部影片蘊含的歷史、文化、政治、社會、經濟、產業等議題。				
課程大綱 Course Description	(一) 華語電影歷史演變與現況 (二) 台灣電影產業與影片例證分析 (三) 中國電影產業與影片例證分析 (四) 香港電影產業與影片例證分析 (五) 海外電影產業與例證分析				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

403852001	媒介經營管理	選修	上學期	3學分	廣電四
課程目標 Course Objectives	本課程旨在講授當代大眾傳播電子媒介經營管理所應用之觀念、知識及技能，使學習者能更從實務的觀點，更宏觀的角度及系統的觀念，策略管理、人力資源策略管理、定位、人力資源、節目策略管理、生產管理、及行銷與促銷等，有效營建之主要議題，能有正確深入之認知。使學習者能在節目製作之專長外，建構對媒介組織經營運作之整體認識，而得使自身之角色與功能更明確，投身服務媒介事業之熱忱得以充分發揮。				
課程大綱 Course Description	本課程講授的內容重點包括：管理與媒介管理的意涵、策略管理與策略定位、領導理論與實務，決策制定與執行，媒介經理人的角色及功能、人力資源策略管理、媒介組織結構與分工、節目策略與生產管理、及行銷策略與促銷作為等議題。並為考慮學習者畢業後就業謀職之需求，在人力資源部分，加入求才求職相關學理與實務內容，並整合口語傳播相關面談技巧之內容。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

403878001	專業實習	選修	上學期	0學分	廣電系
課程目標 Course Objectives	選修「專業實習」課程，對一位在校生而言，最顯著的益處，在於有機會能將學校課堂裡，所學到的知識，運用到實際的媒介環境中。經由實習的過程，學生將可學習到許多現實社會中工作的經驗，可幫助學生走向未來的就業市場，開展個人生涯；此外，對於那些尚未確定將來的目標或就業方向的學生，經由實習的過程，也可透過實習所得的寶貴經驗和方法來探知未來的個人性向。				
課程大綱 Course Description	分為七階段實施： 第一階段—每學年第二學期開始，受理學生實習與志願登記； 第二階段—於實習登記完成後，開始聯繫廣電相關媒體，接洽實習名額； 第三階段為分發實習單位暨填寫、寄發實習學生基本資料、實習計畫表； 第四階段為實習行前會議； 第五階段為實習開始之追蹤輔導與問題諮商； 第六階段為實習結束後繳交實習工作日誌與實習心得； 第七階段為召開校外實習與生涯規劃座談會。				
預估每周課外學習時間 <u> 0 </u> 小時					

	進階攝影專題	選修	下學期	3學分	廣電四
課程目標 Course Objectives	此課程的主題是靜態攝影，希望學生從基礎攝影的概念與操作中，發展出對攝影進一步的思索，進而完作對攝影的創作概念及實踐。				
課程大綱 Course Description	(一) 攝影的定義 (二) 攝影文化理論 (三) 攝影的歷史發展 (四) 靜態影像的各種實踐形式 (五) 攝影創作實務及作業研討				
預估每周課外學習時間 <u> 0 </u> 小時					

050184001	服務學習課程－兩岸學生影展企劃與執行		下學期	0學分	廣電系
課程目標 Course Objectives	在老師與策展組學長姐帶領下，參與畢展各項籌備，體驗影展宣傳、執行與接待等策展與行銷工作				
課程大綱 Course Description	參與並協助： (一) 影展策畫 (二) 影展分工 (三) 影展宣傳活動 (四) 影展佈置硬體安裝及 (五) 參訪團與來賓接待				
預估每周課外學習時間 <u> 0 </u> 小時					

403770001	編劇學	選修	下學期	3 學分	廣電三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 這堂課包括講述與實作兩部分，講述部分集中在前八週，實作部分貫穿整個學期十八週。</p> <p>(二) 因為是實作課程，無法開放旁聽。</p> <p>(三) 期望同學在學期結束時，能夠完成九十分鐘以上的電影劇本一稿。</p>				
課程大綱 Course Description	電影劇本的基本元素總論、電影劇本的主題探討、電影劇本的人物探討、電影劇本結構與衝突的探討、電影劇本分場大綱編寫。				
預估每周課外學習時間 <u> 0 </u> 小時					

陸、學生修業規劃及課程檢核表

大學部 (表格內容可自行增減)

姓名：_____

學號：_____

大一上學期

課程名稱					上課時間	類別	學分數		
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少應修學分	28-32						96 (通識 32) 100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大一下學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大二上學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大二下學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大三上學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大三下學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大四上學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

大學部 (表格內容可自行增減)

大四下學期

課程名稱					上課時間		類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	書院通	院必修	主修	選修
	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
畢業至少 應修學分	28-32						96 (通識 32)		
							100 (通識 28)		
至本學期 累計修畢									

國際傳播英語碩士學位學程課程簡介

壹、教育目標

本學程提供學生豐富多樣的全英語授課課程，以及與國際接軌的教育環境。重點在於「跨文化情境下的傳播研究」(Communication Studies in Cross-Cultural Context)，針對當前國際傳播的內容及現象做研究並開授課程，以因應全球化的趨勢，培育未來的傳播領袖以及專業人才為目的。

希望最終能將本學程培養出的具跨文化素養的傳播領域專才推向國際舞台，加強整個學程與國際的連結，能在國際發聲，並更進一步為傳播教育建立新典範。

一、教育目標

本學程的定位乃亞太傳播研究，特別針對當前國際傳播的內容以及現象做研究並開授課程，課程的活動及實習跟社會有所連結，培養國際傳播理論與實務兼具人才。學生可以擁有充分的機會，透過遠距教學系統，與國外大學以及全球媒體企業進行互動。

學生來自世界各地，在多元文化環境下學習，國際與本地生都能有良好的互動與交流，在課堂討論時，能提供多元觀點與自身經驗分享，增加國際視野的深度與廣度。鼓勵學生探索國際趨勢的脈絡，增進與國際媒體組織之互動，以培養具跨文化素養及國際溝通能力的傳播領域專業人才，滿足在亞太地區的跨國傳媒人才需求為目標。

二、未來發展方向

強化國傳學程課程的定位是今後要思考的問題，期許能把相關課程組合成目的性更強的必修及選修課，課程的特點及穩定性將會有所加強。而師資來源除了運用本校傳播學院優良師資與器材設備為後盾--歷史悠久的傳播三系(新聞、廣電以及廣告)，與本校、國內外相關英語課程合作，並特別著重於建立穩定師資團隊，加強國際化、延攬國外頂尖相關師資與業界專業人才，課程架構與內容將能更進一步提升。

貳、課程地圖

國際傳播英語碩士學位學程

必修課	傳播理論 (3 學分)	
	研究方法 (3 學分)	
進階專業課程	跨文化傳播	美國媒體看中國 (3 學分) 國際組織 (3 學分) 跨文化傳播專題 (3 學分)
	跨國公關與廣告	消費行為 (3 學分) 國際形象與國際溝通 (3 學分) 國際媒體倡導與社會行銷 (3 學分) 專業實習 (2 學分)
	政治傳播	政治傳播專題 (3 學分) 公民新聞與公民社會 (3 學分) 傳播統計分析 (3 學分)
	新媒體研究	電子遊戲與社會 (3 學分) 影像編輯 (3 學分) 科學與圖像傳播 (3 學分)

+

論文大綱審查

+

學位考試

=

畢業

參、畢業門檻檢定及修業規定

一、專業必修科目

畢業學分	32 學分
必修科目	傳播理論 (3 學分)、研究方法 (3 學分); 共 6 學分
修課特殊規定	<p>(一) 畢業學分：32 學分 (含必修六學分)。</p> <p>(二) 上課方式：以英語授課，並可透過遠距同步方式與他國大學進行網路教學。本學程研究生得至外所修習中文課程，以 6 學分為上限。</p> <p>(三) 資格評鑑 (碩士候選人資格之取得)：研究生在學滿 1 年且修畢「傳播理論」、「研究方法」者，可於每學期註冊時申請參加碩士資格論文大綱提案口試。通過者，即取得碩士候選人資格，可申請正式論文口試。</p> <p>(四) 畢業論文：學生需以英文撰寫畢業論文，其格式並應符合一般學術規範。</p>

肆、課程規劃

上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
461002001	研究方法（碩一上學期）	必	3
461003001	傳播理論（碩一上學期）	必	3
461892001	影像編輯	選	3
461893001	公民新聞與公民社會	選	3
461905001	國際媒體倡導與社會行銷	選	3
461932001	跨文化傳播專題	選	3
461941001	國際形象與國際溝通	選	3
下學期			
461903001	政治傳播專題	選	3
461910001	國際組織	選	3
461920001	傳播統計分析	選	3
461935001	消費行為	選	3
461942001	專業實習	選	2
	科學與圖像傳播	選	3
	美國媒體看中國	選	3
	電子遊戲與社會	選	3

註：實際上課時間以教務處公告為準

伍、課程總覽

461002001	研究方法	必修	上學期	3學分	國傳碩一
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 培養進行研究所需之基本能力，包含對研究議題的選擇、研究概念的定義與操作化、研究資料的分析與撰寫。</p> <p>(二) 培養對理論進行驗證或拓展的能力。</p> <p>(三) 培養對日常生活中所接觸之研究證據與資訊之評估能力</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 透過教科書與案例討論，理解不同研究方法的內涵與適用性。</p> <p>(二) 全班共同實際進行研究之設計與執行，並根據所蒐集之資料撰寫研究報告。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

461003001	傳播理論	必修	上學期	3學分	國傳碩一
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 廣泛閱讀與討論新近發表的學術論文，提供學生當下、多元的傳播理論，厚植同學傳播專業的學養。</p> <p>(二) 啟發學生探索傳播議題，培育學生作研究，寫論文的基礎能力。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 傳播效果相關理論（媒介效果、新聞框架、娛樂效果、敘事說服、新媒介效果等）。</p> <p>(二) 數位傳播相關理論（社群媒體、網絡化傳播、新媒介邏輯、數位落差、病毒擴散）</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6-8</u> 小時</p>					

461892001	影像編輯	選修	上學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	透過新聞報導和記錄片的製作及運用，學習數位影像編輯的知識和技巧，包括專業理論、概念、影片剪輯、顏色處理、音效與各種畫面的轉折和其它特殊效果等				
課程大綱 Course Description	隨著多媒體匯流於一個數位平臺，影像已經成為傳統媒體與新媒體生產和擴散的主要內容，不僅專業媒體從業人員必須在故事報導中加入視覺元素，一般人也逐漸開始從事影音報導，內容林林總總，不一而足，例如公民記者的網路報導。影像編輯與產製因此是一個值得學習和運用的技術。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

461893001	公民新聞與公民社會	選修	上學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	理解公民、新聞與公民社會互動的重要性與作用，並扮演公民記者的角色，實際從事新聞報導工作				
課程大綱 Course Description	因為牽涉層面廣泛，在中港臺，公民對公共事務的參與新聞之間有著錯綜複雜的關係。公民社會儘管在兩岸三地都算活躍，卻各自面對不同的挑戰與限制。從公民社會的脈絡看，公民新聞的形式與內容，在理論和實務方面，對國家、媒介和社會之間的邏輯關聯都帶來嚴肅的課題。因為主流媒體已逐漸淪為權力的工具或追逐商業利益的代理人，這種現象在臺灣尤其顯然。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

461905001	國際媒體倡導與社會行銷	選修	上學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	媒體倡導與社會行銷主要討論個人、社區組織或企業團體如何使用媒體來企劃、募資、執行或發展社會公益方案。學生透過此課程將閱讀許多個案，進一步理解在跨文化的國際環境，企業組織、個人或非營利團體如何成功地執行這些方案。				
課程大綱 Course Description	本課程期初將介紹國際公關概念與非營利事業在全球化環境下的發展；除此之外，更進一步閱讀有關企業界執行公益行銷的個案，這些公益行銷包含健康傳播、綠色環保行銷與在地獨立廠商抗拒新自由主義思潮國際企業收編在地產業的行動主義。期中時期本課程經探索非營利組織如何成為全球化歷程中重要的行動者，利用媒體倡議改變既有現狀，進一步對公部門施壓。本課程最後部分將探索群眾募資個案，由學生檢視目前可見的成功或失敗的個案，並由學生自己嘗試草擬一方案，說服全班其募資的社會責任與使命。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

461932001	跨文化傳播專題	選修	上學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	本課程目標為使學生熟習跨文化理論，運用於異文化情境之分析與溝通，並透過案例研究、國際新聞、跨文化團隊之研究小論文題綱等方式，使學生透過具體經驗做中學，獲得實際可運用於未來職場的知識與技巧。				
課程大綱 Course Description	跨文化傳播課程匯萃了許多不同學科的研究成果，如人類學、語言學、哲學等，本課程主題聚焦於亞洲地區的國際新聞、民族誌紀錄片、跨文化傳播、社會行銷與文化，以及媒體人類學的研究，學生並需提出跨文化之研究主題進行深入探討，教師除引導研究方向並擇優鼓勵投稿媒體發表。				
預估每周課外學習時間 <u> 4 </u> 小時					

461941001	國際形象與國際溝通	選修	上學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	使學生熟國際形象的基礎理論，並透過案例研究的練習，嘗試應用理論與知識。				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 國際形象理論：一個建構論的取徑</p> <p>(二) 國際形象與文化脈絡：東亞、中東、美國、西歐</p> <p>(三) 案例研究</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

461903001	政治傳播專題	選修	下學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	奠定學生有關政治傳播課程專業的基礎，由理論到操作到跨國研究。				
課程大綱 Course Description	電子媒體急速成長的年代，在選舉中、在選舉後，政治人物、政黨、與國家機器，如何透過傳播爭取人民的支持與認同，是本課程研修的內容。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

461910001	國際組織	選修	下學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	本課程之設計目的在使國際傳播學程學生熟悉國際組織研究，希望學生們在修習本課程之後得以瞭解：(一) 從國際政治角度學習國際組織的基本理論與運作原則；(二) 當前政府間國際安全與國際經濟組織的主要議題與發展趨勢；(三) 台灣的國際組織參與情形。				
課程大綱 Course Description	(一) 國際組織理論：新自由主義視角、新現實主義視角 (二) 全球性國際經濟與國際安全組織：UN, IMF, WTO, WB (三) 區域性（歐洲、亞洲）區域經濟與區域安全組織：NATO, OSCE, ARF, ASEAN, APEC, TPP, AIIB (四) 台灣的國際組織參與：UN、WTO、WHO、APEC				
預估每周課外學習時間 <u>2</u> 小時					

461920001	傳播統計分析	選修	下學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	(一) 教授和傳播領域相關之基本統計觀念。 (二) 培養進行量化研究之能力，包括資料之處理、分析與撰寫。				
課程大綱 Course Description	(一) 本課程的範圍，從最基本之次數分配至複迴歸分析。 (二) 本課程將有 3-4 次作業。 (三) 期末報告為次級資料分析，需繳交完整論文一篇。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

461935001	消費行為	選修	下學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	藉課程講授與討論，使學生明瞭消費行為的各個面向與研究。並結合心理學、社會學、行銷學、與傳播學的理论，讓同學明瞭學理如何應用在市場區隔與行銷實務。				
課程大綱 Course Description	(一) 導論與縱觀。(二) 消費者知覺、學習。(三) 需求確認、資訊尋求。(四) 選項比較、執行決策。(五) 消費者動機、態度情感意圖。(六) 消費者人口統計、價值觀、生活型態。(七) 自我概念、人格與消費行為。(八) 文化環境與社會階層之影響。(九) 家庭與參考團體、口碑。(十) 商品的創新與傳佈。(十一) 如何和消費者溝通。(十二) 網路消費行為。(十三) 置入式行銷，消費者權益與消費糾紛。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

461942001	專業實習	選修	下學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	讓本學程之學生有在課堂之外印證所學或實做學習的機會。				
課程大綱 Course Description	(一) 實習的長度至少需為每天八小時，並持續一個月。 (二) 實習期間不需於寒暑假。 (三) 實習期滿需繳交 (1) 實習日誌；(2) 實習心得；(3) 300 字摘要；(4) 照片數張。摘要與照片為刊登在學程網站用。				
預估每周課外學習時間 <u>8</u> 小時					

	科學與圖像傳播	選修	下學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	本課程探討知識性（non-fiction）內容的視覺表現概念，開課主要目標有二：（一）重視圖像、影像的實驗精神； （二）拓展對影像敘事的想像。				
課程大綱 Course Description	本課程涵蓋的媒介包括知識性圖畫書、到紀實影片、科學紀錄片，以及資訊動畫（animated infographic）；分為三個主題進行：靜態圖像、影片，及動畫。在靜態圖像的部分，課程探討插圖與照片的不同特性、圖鑑的趣味等議題。在影片的部分，本課程認為欲達成有效的知識傳達，形式上的創新格外重要，因此特別強調實驗紀錄片的精神。最後，在動畫的部分，本課程將探討科學影片中動畫使用的演變歷史，以及現今資訊動畫的熱潮。				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

	美國媒體看中國	選修	下學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	理解國家在國際傳播中如何針對他國的言行，生產、散播與消耗其形象，並批判世界新聞媒體，特別是美國媒體，在新聞和觀點中，有關中國國家形象的構思、想像、建構、修飾與再現的主要形式和內容				
課程大綱 Course Description	從集權到民主國家，任何人只要接觸到國際媒體的內容，大概很難不留意到中國無所不在，特別是報紙、雜誌和電視有關中國的報導與評論。不管是文本或形象，對不同國家來說，中國這個名詞和中國的世界代表不同的東西，意義不同。作為一個概念與實體，中國為何物，遠超出觀望者的眼界。經由個案研究，這堂課著重分析美國新聞媒體如何透過真實和想像的鏡頭，在一定距離之外凝視中國。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

	電子遊戲與社會	選修	下學期	3學分	國傳碩一、二
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 熟悉電子遊戲的研究脈絡、發展以及其對於個人及社會的影響。</p> <p>(二) 從傳播、心理、媒體娛樂等層面深入探討其理論發展及文化形式，包含互動性、傳播科技、暴力、道德、及說服效果等。</p> <p>(三) 檢視電子遊戲對於廣告、說服、社會議題及教育等正向應用。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>本堂課以 seminar 形式進行，每週針對該週主題，將會有 3-4 篇英文期刊文章需閱讀，並以小組方式進行課程討論帶領。此外，期末報告為針對電子遊戲的個人學術研究提案。</p> <p>課程內容以電子遊戲於傳播及媒體娛樂文獻中的定位討論起，再檢視過往對於其互動性、玩家心理動機及滿足、道德基礎、心理機制(角色認同、flow、臨場感)、虛擬實境、遊戲暴力、廣告應用、運動、醫療及社會議題說服等子題，進行深入探討。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 6 </u> 小時</p>					

陸、課程檢核及修業規劃表：

國傳碩

姓名：_____

學號：_____

課程名稱		上課時間	類別	學分數
傳播理論			必修課	3
研究方法			必修課	3
			學程外 選修課	
			學程外 選修課	
			學程外 選修課	
			選修課	
			選修課	
			選修課	
			選修課	
			選修課	
			選修課	
至本學期累 計修畢		尚未修畢學分		
畢業至少應 修學分	32		必修 6 選修 26	

柒、師資介紹

依教師姓名筆劃序排列

教師姓名	105 學年擬任 教科目	最高學歷	最新著作
李瓊莉	國際組織	美國馬利蘭大學 政治學博士	李瓊莉 (2016)。〈萬隆會議的國際政經合作意涵〉，《中共研究》，49 (7)：145-150。 李瓊莉 (2015)。〈亞太區域經濟構築中的「東協中心性」〉，《遠景基金會季刊》，16 (4)：71-114。(TSSCI) 李瓊莉 (2015)。〈美、「中」、日戰略競逐對我方參與東協網絡之啟示〉，《中共研究》，49(10)：101-105。
林日璇	電子遊戲與 社會	美國密西根州立 大學媒體與資訊 研究博士	Lin, J. H. (2016). Identification. International Encyclopedia of Media Effects, Wiley, pp.TBD. 林日璇. (2016). Differential Gains in SNSs: Effects of Active vs. Passive Facebook Political Participation on Offline Political Participation and Voting Behavior among First-time and Experienced Voters. Asian Journal of Communication, 26:278-297. (SSCI) 林日璇. (2016). Need for Relatedness: A self-determination approach to examining attachment styles, Facebook use, and psychological well-being. Asian Journal of Communication, 26(2):153-173. (SSCI)
林怡潔	跨文化傳播 專題	美國哈佛大學人 類學博士	Lin, Yi-Chieh. (2015). The Tourist Gaze, the Invisible Cities: Cultural Heritage and Tourism in Taiwan. Politics and Aesthetics of Creativity: City, Culture and Space in East Asia. Bridge 21, pp.220-245. Lin, Yi-Chieh. (2014). From Rice Bombs to

			<p>Wedding Gifts: The Cultural Changes of Rice Heritage in Taiwan. Rethinking Asian Food Heritage, FCDC, pp.51-74.</p> <p>Lin, Yi-Chieh. (2014) After Piracy: Reflections of Industrial Designers in Taiwan on Sustainable Innovation. Piracy: Leakages from Modernity, Litwin, pp.307-322.</p>
林玲遠	科學與圖像 傳播	英國羅浮堡大學 藝術學院動畫學 術研究群博士	<p>林玲遠 (2016)。〈數位時代實拍與動畫的後設思考〉(Experimenting with the Dialogical Relationship between Live-action and Animation)，《藝術觀點》(Art Critique of Taiwan)，66：42-48。</p> <p>Lin, F. (2015). Visualize the Unseen: Representation of the Unobservable and the Shift of Aesthetic Paradigms in Television Science Documentaries. <i>Film Asia Conference</i>. Kobe, Japan, 12-15, November.</p> <p>Lin, F. (2015). Using Thematic Analysis to Facilitate Meaning-making in Practice-led Art and Design Research. The Arts in Society Conference. London, UK, 22-24, July.</p>
施琮仁	研究方法、傳 播統計分 析、專業實習	美國威斯康辛大 學麥迪遜校區新 聞與大眾傳播博 士	<p>Shih, T. J., & Lin, C. Y. (2016). Developing Communication Strategies for Mitigating Actions Against Global Warming: Linking Framing and a Dual Processing Model. <i>Environmental Communication</i>. DOI: 10.1080/17524032.2016.1154886 (SSCI)</p> <p>施琮仁、林宜平、鄭尊仁 (2016)。〈奈米科技發展與政策之常民認知〉，《中華傳播學刊》，29：1-37。(TSSCI)</p> <p>施琮仁 (2015)。〈不同媒體平台對公眾參與科學決策能力之影響：以奈米科技為例〉，《新聞學研究》，124：165-213。(TSSCI)</p>

孫式文	傳播理論	美國威斯康辛大學麥迪遜分校大眾傳播博士	<p>Cheng, H.Y.,*Sun, S. (2013). The Functions of Persona, Collective Persona, and Archetypes. <i>Journal of Entrepreneurship Research</i>, 8(1):103-130.</p> <p>孫式文 (2012)。〈圖像設計與隱喻閱讀〉，《新聞學研究》，110：171-214。(TSSCI)</p> <p>孫式文。(2011)。〈隱喻與數位文化：由傳播與價值批判的角度省思〉，《新聞學研究》，108：141-181。(TSSCI)</p>
康庭瑜	國際形象與國際溝通	英國牛津大學地理學博士	<p>Kang, T. (2013). The changing geography of digital governance. EGOS Colloquium, European Group for Organizational Studies.</p> <p>Kang, T. (2012). 'Network sociality and work-life boundary: the perspective of ethnic minority studies.' EGOS Colloquium, European Group for Organizational Studies.</p> <p>Kang, T. (2012). Gendered media, changing intimacy: internet-mediated transnational communication in the family sphere. <i>Media, Culture & Society</i>, 34(2):146-161. (SSCI)</p>
張讚國	公民新聞與公民社會、影像編輯、美國媒體看中國	美國德州大學奧斯汀分校新聞系博士	<p>Chang, T. K. and Na Liu. One Disaster, Three Institutional Responses: Legitimation crisis and competing discourses in China. <i>Journalism Studies</i>.</p> <p>張讚國、劉娜 (2016)。〈從定調到解釋性界限：占中運動、商業報紙與獨立媒體〉，《傳播研究與實踐》。6 (1)：45-77。</p> <p>Chang, T.K. (2015). Beyond Lazarsfeld: International communication research and its knowledge production. In Chin-Chuan Lee (eds.), <i>Internationalizing International Communication</i> (pp. 41-65). Ann Arbor, MI: Michigan University Press.</p>

郭貞	消費行為	美國密西根大學 傳播研究博士	<p>郭貞 (2015)。〈Web 2.0 時代台灣消費者購物模式的轉變：檢驗 AISAS 網路消費模式〉，中華傳播學刊 2013 年會，《中華傳播學刊》，27：139-166。</p> <p>郭貞 (2013)。〈個人差異、人格特質對手機打卡者使用動機與行為之影響——以台灣大學生為例〉，中華民國廣告與公共關係學術暨實務研討會，政大廣告學系。</p> <p>郭貞 (2010)。〈海峽兩岸都會區戶外廣告中價值觀與廣告訴求之比較研究〉，《廣告學研究》，33：39-70。</p>
劉義鈞	政治傳播專題	美國芝加哥大學 政治學博士	<p>劉義鈞 (2013)。〈台灣原住民政治參與——以宜蘭縣泰雅族為例〉，《宜蘭學：宜蘭產業發展與社會變遷之評析》，413-431。</p> <p>劉義鈞、賴銘鴻 (2012)。《雪山隧道通車後宜蘭縣外來竊盜犯罪模式與防治之研究》。</p> <p>劉義鈞、賴銘鴻 (2012)。〈北宜高通車對宜蘭縣產業變遷之評析〉，《宜蘭研究論文集》，365-388。</p>
蕭宏祺	國際媒體倡導與社會行銷	美國費城天普大學 大眾媒體與傳播博士	<p>Shiau, H. (2016). Fissures in the commercial cinematic space: Screening Taiwanese documentary blockbusters. <i>Cogent Art & Humanities</i>, 3:1-1.3: 1148656, http://dx.doi.org/10.1080/23311983.2016.1148656</p> <p>Shiau, H. (2015). Beyond the cultural dichotomy, what do we share? An ethnographic study of intergenerational smartphone MMS use in sojourning experiences. <i>Journal of Asian Pacific Communication</i> (Scopus, MLA, Ebsco), 25:1, accepted for publication on special issue: Explored but not Assumed Revisiting Commonalities in Asian Pacific Communication (科技部優秀年輕學者補助計畫編號:</p>

			<p>103-2511-S-128-002-MY2 補助研究出版)</p> <p>Shiau, H. (2015). Lavender Mandarin in the sites of desire: Situating linguistic performances among Taiwanese gay men, <i>Language and Communication</i> (SSCI, IF: 1.067), 42:1-10, http://dx.doi.org/10.1016/j.langcom.2015.01.005</p> <p>(國科會二年計畫編號</p> <p>102-2410-H-128-011-MY2 補助研究出版)</p>
--	--	--	---

Curriculum Introduction

I. Overall Goal

The curriculum of the International Master's Program in International Communication Studies features a variety of courses taught entirely in English within an international educational environment. The schedule of courses has been designed to focus on communication studies in a cross-cultural context in order to train students to become experts in the field and respond to the rapid changes wrought by globalization and internationalization. From a strong foundation of core curriculum courses, including Communication Theory and Research Methods, the program promotes both quality and content of current international communications studies.

The primary aim of the IMICS program is to cultivate students' cross-cultural literacy and expertise upon entering international academia or the global workforce. Over the course of the Master's program, the curriculum allows for students to strengthen cross-border connections, make a scholarly impact on a global level, and reinforce new models of international education.

1. Educational Aims: An International Focus

Located in Taipei, IMICS is located at the heart of the Asia-Pacific. The course curriculum is designed to take advantage of National Chengchi University's strategic location and excellent resources, targeting international communications research within the context of East Asia. IMICS courses examine how the spread of globalization and internationalization influences the field of communication studies. In addition to its emphasis on academic research, the program also encourage students to participate in internships, conferences, grant programs, and other activities that integrate theory and practice. Students have ample opportunities to become engaged in the local community as well as the broader academic community.

IMICS brings together students from around the world to learn in a multicultural environment. In the classroom, local and international students develop excellent cooperation and communication skills with their peers through in-depth discussion and teamwork. Students are constantly encouraged to share their own pluralistic views and experiences in order to increase the depth and breadth of the program's international perspective.

2. Future Direction

In order to strengthen future opportunities for students, the IMICS program is constantly

striving to improve the quality of its course curriculum and extracurricular offerings. Starting from a strong foundation of experts, professionals, and experienced faculty in the College of Communication, IMICS seeks to strengthen international recruitment efforts to invite more academics and industry professionals to join the team. IMICS also plans to add more courses to the schedule over the course of the next few academic years, in order to expand the program's scope of International Communications studies.

II. Course Map

International Master's Program in International Communication Studies

Required Courses	Communication Theories (3 credits)	
	Research Methods (3 credits)	
Advanced Professional Courses	Cross Cultural Communication	China in the Eyes of U.S. Media (3 credits) International Organization (3 credits) Cross Cultural Communication (3 credits)
	Transnational Public Relations and Advertisement	Consumer Behavior (3 credits) International Images and Global Communication (3 credits) International Media Advocacy and Social Marketing (3 Credits) Internship (2 credits)
	Political Communication	Political Communication (3 credits) Citizen Journalism and Civil Society (3 credits) Statistics in Communication (3 credits)
	New Media Studies	Digital Games and Society (3 credits) Video Editing for Mass Communication (3 credits) Visual Narrative and Science Communication (3 credits)

+

Thesis Proposal Defense

+

Thesis Final Defense

=

Graduation from the IMICS Program

III. Program Requirements and Regulations

1. Graduation Requirements

Total Academic Credits	32 credits
Required Courses	Communication Theory (3 credits) + Research Methods (3 credits)
Program Regulations	<ol style="list-style-type: none"> 1. Credit Requirements: <ol style="list-style-type: none"> a. In order to graduate, students must earn a total of 32 credits, including 6 credits from required courses. b. Graduate students are allowed to earn a total of 9 credits from courses outside of the IMICS curriculum, and are limited to earning 6 credits from Chinese-taught courses. 2. Instruction Method: <ol style="list-style-type: none"> a. Courses are all taught in English. b. Some courses may offer online instruction for long-distance learning. 3. Enrollment Qualifications for the Master’s Degree: <ol style="list-style-type: none"> a. Students must be enrolled in the program for at least one year and successfully complete the two required courses: “Communication Theory” and “Research Methods.” b. The maximum number of years allotted to complete the Master’s degree is 6 years, including 4 years in which students are registered, and allowing for no more than 2 years of suspended schooling. 4. Thesis Requirements: <ol style="list-style-type: none"> a. To be eligible to conduct the Master’s thesis proposal and final defense, students must be registered for the current academic term during which the proposal and defense will be held. b. After successfully passing the thesis proposal, qualified candidates may then apply for the formal oral defense. c. Students are required to write a thesis in English. The thesis format must comply with standard academic norms.

IV. Course Schedule

International Master's in International Communication Studies			
Fall Semester			
Course Code	Course Title	Status	Credits
461002001	Research Methods (1st year, fall semester)	Required	3
461003001	Communication Theory (1st year, fall semester)	Required	3
461892001	Video Editing for Mass Communication	Elective	3
461893001	Citizen Journalism and Civil Society	Elective	3
461905001	International Media Advocacy and Social Marketing	Elective	3
461932001	Cross-Cultural Communication	Elective	3
461941001	International Images and Global Communication	Elective	3
Spring Semester			
461903001	Political Communication	Elective	3
461910001	International Organization	Elective	3
461920001	Statistics in Communication	Elective	3
461935001	Consumer Behavior	Elective	3
461942001	Internship	Elective	2
	Visual Narratives and Science Communication	Elective	3
	China in the Eyes of U.S. Media	Elective	3
	Digital Games and Society	Elective	3

Note: Course schedule is subject to changes

V. Detailed Course Descriptions

461002001	Research Methods	Required	Fall Semester	3 credits	1st, 2nd year
Course objectives	Many students complain that even after taking a research method class, they still do not have much idea about conducting their own research. This class, therefore, aims to provide people with both conceptual and practical skills needed for academic research. Specifically, class participants will be exposed to “theoretical” explanation of selected research approaches and published papers employing those methods introduced, followed by hands-on class projects. At the end of the semester, everyone in this class will possess the ability to write a research paper which meets professional standards of quality and style.				
Course Description	This class depends heavily on discussion, so students should be prepared to offer critical and constructive comments in class, either to the reading assignments or other participants’ work. Course assignments will focus on conceptualization and operationalization (10%), a class project (20%)—questionnaire design and experiment fieldwork, and survey literature presentation/ content analysis literature/ experimental literature presentation (10%). Finally, what students have learned from the previous assignments will culminate in a FULL research paper based on quantitative analysis of the data collected during the semester. Specifically, this will include outlining a problem, translating the problem into research questions and testable hypotheses, developing measures, and providing an analytic answer. Each participant is expected to present his or her research paper to the course, including a longer discussion of the methodological and statistical challenges you encountered in your study.				
<u> 3 </u> hours of outside student work expected per week					

461003001	Communication Theories	Required	Fall Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	The objective of this course is to familiarize students with various perspectives on communication theory and to enhance students’ ability to analyze communication phenomenon.				
Course Description	Course materials cover a range of topics, including media effects, audience research, and new communication technologies.				
<u> 6-8 </u> hours of outside student work expected per week					

461892001	Video Editing for Mass Communication	Elective	Fall Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	This course is designed to develop advanced knowledge and skills in video editing and production necessary for the working professional in media-related industries. It aims to teach the state-of-the-art video editing in mass communication, including approaches, techniques, styles, and effects. The course will focus on understanding narrative editing strategies and how they may be applied to mass communication video production and storytelling. Students will work on individual assignments and a group project to get familiar with various video editing strategies that integrate conceptual approaches and shooting techniques.				
Course Description	With the convergence of all forms of media on a digital platform, video has become a staple of content produced and disseminated by both the traditional and new media across different sectors of mass communication. Not only are professional media practitioners required to add visual elements in their storytelling, but also ordinary people are increasingly becoming more active in producing their own video reports on a wide range of topics, ranging from the mundane to the serious, such as the online works posted by citizen journalists. Video editing and production is therefore an important skill for anyone with an interest in mass communication.				
5 hours of outside student work expected per week					

461893001	Citizen Journalism and Civil Society	Elective	Fall Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	This course is designed to prepare students to work as citizen journalists in the context of empowering personalized media and diminishing public trust in the traditional media. Students will have hands-on opportunities in and out of the classroom to practice journalistic activities related to any aspect of public affairs in their everyday life. Throughout the semester, students will assume the role of citizen journalist by observing and reporting events and issues that they think deserve public attention and action.				
Course Description	The interplay between citizen participation in public affairs and journalism in China, Hong Kong and Taiwan is acute and relatively intense, given the controversies and confrontations regarding cross-strait relations, parallel trade, education, public health, democracy, press freedom, and civil liberties in recent years. Civil society in the three regions is vibrant and dynamic, but faces varying degree of challenges and constraints. In the context of civil society, the form and content of citizen journalism in these places pose serious theoretical and practical questions to the logical connection among the state, media and society. It is therefore critical for students to be aware of journalistic practices by citizens and their impacts on the structure and processes of social activism, political involvement and public life.				
5 hours of outside student work expected per week					

461905001	International Media Advocacy and Social Marketing	Elective	Fall Semester	3 credits	1st, 2nd year
Course objectives	This course examines various media theories and their application to social change strategies as practiced by groups around the world. It employs a global, cross-cultural perspective to look particularly at so-called alternative media, which are generally more accessible and multi-faceted than are mainstream, corporate- or government-controlled outlets.				
Course Description	<p>Media advocacy is the strategic use of mass communication channels for the purpose of influencing public policy. It is a means to an end – policy change – and not the goal in itself. Media advocacy targets the broad, social environment to promote systemic change, rather than focusing on individual, human behaviors that occur further downstream in the change process.</p> <p>Technological innovation, particularly the digitization of content, is forcing structural changes in mass media that encourage the rise of more specialized community, ethnic and online media outlets. At the same time, the theoretical space in which people debate and exchange ideas, termed the ‘public sphere’ by Jurgen Habermas, has become global, expanding to include many more voices (albeit elites) in dialogues that transcend national boundaries. These changes open up new lines of thinking and new influence opportunities for activists.</p> <p>This course examines various media theories and their application to social change strategies as practiced by groups around the world. It employs a global, cross-cultural perspective to look particularly at so-called alternative media, which are generally more accessible and multi-faceted than are mainstream, corporate- or government-controlled outlets. This term, we will study two specific global media events for examples of advocacy processes at work: the handover of Hong Kong from the United Kingdom to China in 1997 and the Egyptian Revolution in the spring of 2011. Course content will also cover some of the ethical dilemmas that arise when government agencies engage in issues advocacy and when commercial marketing and media techniques are applied to complex issues of social and public policy.</p>				
3 hours of outside student work expected per week					

461932001	Cross-Cultural Communication	Elective	Fall Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	This course aims to equip students to with theories of cross-cultural communication, in order to analyze and communicate effectively in unfamiliar settings. Students will build up hands-on knowledge through role play, case studies of current affairs, practice of international journalism and develop their own research project through working with team members cross-culturally.				
Course Description	Cross-cultural communication is a multi-faceted subject that has incorporated elements from anthropology, linguistics and philosophy. Students will be introduced to important topics, such as social networking site and culture, international journalism, ethnographic films, cross-cultural consumption, and other anthropological studies of media, with a focus on trends in Asia. Students will learn by doing: proposing a research idea and finish an in-depth report, which is encouraged publishing in the media.				
4 hours of outside student work expected per week					

461941001	International Images and Global Communication	Elective	Fall Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	<p>1. This course aims to examine how images are constructed, received, and utilized in a cross-border context. Upon completing the course, students will be familiar with theories of images, stereotypes, and constructed reality.</p> <p>2. They will also be trained to apply such theories to concrete cases in various scenarios, including businesses, social enterprises, and governments at all levels.</p>				
Course Description	<p>1.A constructivist approach to images</p> <p>2.Orientalism</p> <p>3.Occidentalism</p> <p>4.Arab in the Western world</p> <p>5.Chineseness in global communication</p> <p>6.Inter-racial images construction: a gender perspective</p> <p>7.Branding cities, regions, and countries</p>				
<p><u>3</u> hours of outside student work expected per week</p>					

461903001	Political Communication	Elective	Spring Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	<p>Course objectives: 1) explore the roles of mass media in Postmodern Democracy, 2) analyze how political actors compete over the news media, 3) examine the influence of mass media upon the formation of public opinion, 4) comprehend the agenda-setting and image-setting functions of mass media in election campaigns, 5) understand the strategic uses of polling in election campaigns, 6) analyze the content of political ads in Taiwan's major political campaigns.</p>				
Course Description	<ul style="list-style-type: none"> •the roles of mass media in Postmodern Democracy •how political actors compete over the news media • the agenda-setting and image-setting functions of mass media in election campaigns •comprehend the agenda-setting and image-setting functions of mass media in election campaigns •the strategic uses of polling in election campaigns •case study of political ads in Taiwan's major political campaigns 				
<p><u>4</u> hours of outside student work expected per week</p>					

461910001	International Organization	Elective	Spring Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	This course is designated for IMICS students. At the end of semester, students are expected to understand 1) basics and principles of international organization studies from perspectives of world politics; 2) selective intergovernmental security and economic organizations at the global and the regional levels; 3) Taiwan's participation in international organizations.				
Course Description	The first part of the course will cover theoretical basics. Two perspectives of studying world politics: (neo)realism and (neo)liberalism will be introduced, followed by discussions on the roles of international organizations in world politics. Selective international economic and security organizations at both global and regional levels will be introduced. They include IMF, WTO, World Bank, United Nations, NATO, OSCE, ARF, ASEAN, APEC and the most recent initiatives. The final part of the class will discuss Taiwan's participation in global and regional intergovernmental organizations. In addition, students are expected to follow news regarding international organizations and their roles in current issues.				
<u>2</u> hours of outside student work expected per week (including literature review, mini projects, and written reports)					

461920001	Statistics in Communication	Elective	Spring Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	The goal of this course is twofold—(1) to introduce basic statistical techniques and (2) to equip students with the ability to apply these techniques in various research settings, including survey, experiments, and content analysis. This class will also teach you how to perform real analysis using SPSS and how to make sense of outputs. Ultimately, it is hoped that by taking this class you will be able to develop a study from scratch and finish it as a full paper.				
Course Description	Students are expected to actively discuss the course readings and methodological problems. Take-home assignments will be given for practice, and should be printed out and turned in to the instructor in the next class. Participants are required to select a weekly topic and find one study using that particular statistical approach. Please explain to the class how the statistical method is used in the paper. The presentation is scheduled at the end of the class for about 10 minutes. Students must propose a research idea and turn in segments of his or her paper at different points of time. Individual research projects will count for 25% of the final grade. Finally, what students have learned in the class will culminate a FULL research paper of his or her interest, which should be based on quantitative analysis. Specifically, this will include outlining a problem, translating the problem into research questions and testable hypotheses, developing measures, and providing an analytic answer. Students are encouraged to provide appendices or additional materials to justify analytic choices or show competing analytic approaches.				
<u>3</u> hours of outside student work expected per week					

461935001	Consumer Behavior	Elective	Spring Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	This course will lead the students into investigating the various aspects of consumer behavior through an interdisciplinary perspective. Related theories from economics, psychology, sociology, anthropology, and communication are used to scrutinize and discuss the processes of consumer behavior and orientations. Consumer behavior cases are discussed so as to illustrate the related theories. The course will be taught through lectures, in-class group discussions, case study, group projects of observational study and final paper presentations.				
Course Description	Unit 1 Introduction: Examining consumer behavior from multiple perspectives. Unit 2 Consumer Decision Process and Search Unit 3 Evaluation and Purchase Unit 4 Post purchase behavior Unit 5 Consumer Perceptions Unit 6 Consumer Learning and formation of attitudes Unit 7 Consumer motivations and cognition Unit 8 Demographics, Psychographics, and Personality Unit 9 Consumer Culture Unit 10 Sub culture and Social classes, Unit 11 Group references and social network Unit 12 Consumer's self-concept and lifestyle Unit 12 Symbolic consumption				
5 hours of outside student work expected per week					

461942001	Internship	Elective	Spring Semester	2 credits	1st,2nd year
Course objectives	The goal of the internship credit is to encourage IMICS students to gain experience in working environments so that they may have the chance to put the communications theories and principles learned in class into practice. The objective of the internship course is to guide students towards accomplishing their career goals after graduating from the program.				
Course Description	Every spring semester, IMICS offers an internship course with credits. The internship must be related to communications and you must acquire prior approval from Professor Tsung-Jen Shih before beginning the internship. Students can register for the internship course before or after completing the actual internship. If students register for the internship course but do not complete the internship within the spring semester, they will receive an "incomplete" mark on the transcript. Students must complete (1) a journal of your daily work recording the tasks and responsibilities, (2) a report about your achievement and the things you have learned, (3) internship photos, and (4) 300-word abstract. Each student's direct supervisor should offer an evaluation, including a score and a written description of your performance. The duration of the internship should be at least one month, full-time (i.e., 8 hours per day and 5 days a week).				
8 hours of outside student work expected per week					

	Visual Narrative and Science Communication	Elective	Spring Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	This course explores the concepts and techniques of visual communication in non-fiction works. Focusing on the experimental and avant-garde works, the course aims to expand our understanding and imagination of non-fiction narratives.				
Course Description	<p>There are three units of the course, and each one has a corresponding hands-on assignment.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Structures and illustrations of illustrated non fiction books 2. Science documentaries on TV 3. Animated infographics and internet videos 				
<u>2-3</u> hours of outside student work expected per week					

	China in the Eyes of U.S. Media	Elective	Spring Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	The course is designed to critically examine the ways China as a country is conceived, imagined, constructed, modified, presented or represented in the world media in general and in the US media in particular. Within a historical and contemporary context, especially in comparative settings, the production, dissemination and consumption of images of China are important dimensions of international communication as to how countries view each other and respond to their words and actions accordingly.				
Course Description	From the authoritarian to democratic countries, when audiences around the world peruse the content of any international mass medium online or offline, China is likely to emerge here or there in both the news and views, particularly in newspapers and magazines as well as on television, as an object of observation and a subject of interpretation. Regardless of texts or images, the word China and the world of China itself often appear to be represented by different things and have different meanings to different countries. As a concept and a concrete entity, however, what China is or is not goes beyond the eye of the beholder. The course takes a case-study and project-based approach to investigating the form and content of selected US media that look at China from a distance through real and imaginative lenses.				
<u>5</u> hours of outside student work expected per week					

	Digital Games and Society	Elective	Spring Semester	3 credits	1st,2nd year
Course objectives	<p>1.Examine the structure and dynamics of the digital games industry and their market</p> <p>2.Review different theoretical approaches (games, play, and media theories) to digital games as cultural forms</p> <p>3.Examine the social and psychological impacts of digital game content critically, including violence, morality, and persuasion effects etc.</p> <p>4.Explore the emerging online gaming, identity and representation within games and game-playing communities</p> <p>5.Discuss the use of digital games for educational and persuasive purposes</p>				
Course Description	<p>You should be taking this course if you are interested in understanding the history and development of the digital game industry, playing games thoughtfully, or evaluating the social, cultural and educational impact of games. The seminar in Digital Games and Society will focus on the development of theories and research trends/topics in digital game literature. This course provides an overview of digital games from an interdisciplinary perspective, including as an economic powerhouse, a cultural artifact, an educational tool, and a persuasive tool. This course introduces you to the history of video games, a variety of game genres, and discusses the social, psychological, and economic impact of these genres. If you want a programming course or a game design course you should look elsewhere.</p> <p>This course will include readings, in-class discussion, group seminar leading, presentation and final research paper. You must be prepared to put in the time to play a variety of games and reflect on your play experiences and the impact of the games in discussion, written assignments, presentation, and final paper. Hopefully, the hard work of this class will also be hard fun! ·</p>				
<p><u>6</u> hours of outside student work expected per week</p>					

VI. Course curriculum planning worksheet

IMICS

Name : _____

Student ID number : _____

Course Title		Course Time	Type	Credits
Communication Theory			Required	3
Research Methods			Required	3
			Elective/ Outside Course	
			Elective Outside Course	
			Elective/ Outside Course	
			Elective	
			Elective	
			Elective	
			Elective	
			Elective	
			Elective	
			Elective	
No. of Credits Currently Completed		No. of Credits Remaining		
Total Required Credits to Graduate	32		Required: 6 Elective: 26	

VII. Faculty Introduction

Professor's Name	Course Title	Academic Background	Latest Publications
Chang, Tsan-Kuo	Citizen Journalism and Civil Society	Journalism, The University of Texas at Austin, U.S.A.	<p>Chang, T. K. and Na Liu. One Disaster, Three Institutional Responses: Legitimation crisis and competing discourses in China. <i>Journalism Studies</i>.</p> <p>張讚國、劉娜 (2016)。〈從定調到解釋性界限：占中運動、商業報紙與獨立媒體〉，《傳播研究與實踐》，6 (1)：45-77。</p> <p>Chang, T.K. (2015). Beyond Lazarsfeld: International communication research and its knowledge production. In Chin-Chuan Lee (eds.), <i>Internationalizing International Communication</i> (pp. 41-65). Ann Arbor, MI: Michigan University Press.</p>
	Video Editing for Mass Communication		
	China in the Eyes of US Media		
Chen Kuo	Consumer Behavior	Communication Studies, University of Michigan, U.S.A.	<p>郭貞 (2015)。〈Web 2.0 時代台灣消費者購物模式的轉變：檢驗 AISAS 網路消費模式〉，中華傳播學刊 2013 年會，《中華傳播學刊》，27：139-166。</p> <p>郭貞 (2013)。〈個人差異、人格特質對手機打卡者使用動機與行為之影響—以台灣大學生為例〉，中華民國廣告與公共關係學術暨實務研討會，政大廣告學系。</p> <p>郭貞 (2010)。〈海峽兩岸都會區戶外廣告中價值觀與廣告訴求之比較研究〉，《廣告學研究》，33：39-70。</p>
Chyung-Ly Lee	International Organization	Political Science, University of Maryland, U.S.A.	<p>李瓊莉 (2016)。〈萬隆會議的國際政經合作意涵〉，《中共研究》，49 (7)：145-150。</p> <p>李瓊莉 (2015)。〈亞太區域經濟構築中的「東協中心性」〉，《遠景基金會季刊》，16</p>

			<p>(4): 71-114。(TSSCI)</p> <p>李瓊莉 (2015)。〈美、「中」、日戰略競逐對我方參與東協網絡之啟示〉，《中共研究》，49 (10): 101-105。</p>
Jih-Hsuan Tammy Lin	Digital Games and Society	Media and Information Studies, Michigan State University, U.S.A.	<p>Lin, J. H. (2016). Identification. International Encyclopedia of Media Effects, Wiley, pp.TBD.</p> <p>林日璇. (2016). Differential Gains in SNSs: Effects of Active vs. Passive Facebook Political Participation on Offline Political Participation and Voting Behavior among First-time and Experienced Voters. Asian Journal of Communication, 26:278-297. (SSCI)</p> <p>林日璇. (2016). Need for Relatedness: A self-determination approach to examining attachment styles, Facebook use, and psychological well-being. Asian Journal of Communication, 26(2):153-173. (SSCI)</p>
Hong-Chi Shiau	International Media Advocacy and Social Marketing	Media and communication, Temple University, USA	<p>Shiau, H. (2016). Fissures in the commercial cinematic space: Screening Taiwanese documentary blockbusters. Cogent Art & Humanities, 3:1-1.3: 1148656, http://dx.doi.org/10.1080/23311983.2016.1148656</p> <p>Shiau, H. (2015). Beyond the cultural dichotomy, what do we share? An ethnographic study of intergenerational smartphone MMS use in sojourning experiences. Journal of Asian Pacific Communication (Scopus, MLA, Ebsco), 25:1, accepted for publication on special issue: Explored but not Assumed Revisiting</p>

			<p>Commonalities in Asian Pacific Communication (科技部優秀年輕學者補助計畫編號: 103-2511-S-128-002-MY2 補助研究出版)</p> <p>Shiau, H. (2015). Lavender Mandarin in the sites of desire: Situating linguistic performances among Taiwanese gay men, <i>Language and Communication</i> (SSCI, IF: 1.067), 42:1-10, http://dx.doi.org/10.1016/j.langcom.2015.01.005 (國科會二年計畫編號 102-2410-H-128-011-MY2 補助研究出版)</p>
Lin, Ling-Yuan	Visual Narrative and Science Communication	Arts, Loughborough University, UK	<p>林玲遠 (2016)。〈數位時代實拍與動畫的後設思考〉(Experimenting with the Dialogical Relationship between Live-action and Animation), 《藝術觀點》(Art Critique of Taiwan), 66 : 42-48。</p> <p>Lin, F. (2015). Visualize the Unseen: Representation of the Unobservable and the Shift of Aesthetic Paradigms in Television Science Documentaries. <i>Film Asia Conference</i>. Kobe, Japan, 12-15, November.</p> <p>Lin, F. (2015). Using Thematic Analysis to Facilitate Meaning-making in Practice-led Art and Design Research. The Arts in Society Conference. London, UK, 22-24, July.</p>
Sun, Se-Wen	Communication Theory	Education and Mass Communication, University of Wisconsin-Madison, U.S.A.	<p>Cheng, H.Y., *Sun, S. (2013). The Functions of Persona, Collective Persona, and Archetypes. <i>Journal of Entrepreneurship Research</i>, 8(1):103-130.</p> <p>孫式文 (2012)。〈圖像設計與隱喻閱讀〉, 《新聞學研究》, 110 : 171-214。(TSSCI)</p>

			孫式文。(2011)。 〈隱喻與數位文化：由傳播與價值批判的角度省思〉，《新聞學研究》，108：141-181。(TSSCI)
Ting-Yu Kang	International Images and Global Communication	DPhil Geography, Oxford University, UK	Kang, T. (2013). The changing geography of digital governance. EGOS Colloquium, European Group for Organizational Studies. Kang, T. (2012). 'Network sociality and work-life boundary: the perspective of ethnic minority studies.' EGOS Colloquium, European Group for Organizational Studies. Kang, T. (2012). Gendered media, changing intimacy: internet-mediated transnational communication in the family sphere. Media, Culture & Society, 34(2):146-161. (SSCI)
Tsung-Jen Shih	Research Methods	Journalism and Mass Communication, University of Wisconsin-Madison, U.S.A.	Shih, T. J., & Lin, C. Y. (2016). Developing Communication Strategies for Mitigating Actions Against Global Warming: Linking Framing and a Dual Processing Model. Environmental Communication. DOI: 10.1080/17524032.2016.1154886 (SSCI) 施琮仁、林宜平、鄭尊仁 (2016)。 〈奈米科技發展與政策之常民認知〉，《中華傳播學刊》，29：1-37。(TSSCI) 施琮仁 (2015)。 〈不同媒體平台對公眾參與科學決策能力之影響：以奈米科技為例〉，《新聞學研究》，124：165-213。(TSSCI)
	Statistics in Communication		
	Internship		
Yi-Chieh Lin	Cross-Cultural Communication	Anthropology, Harvard University, U.S.A.	Lin, Yi-Chieh. (2015). The Tourist Gaze, the Invisible Cities: Cultural Heritage and Tourism in Taiwan. Politics and Aesthetics of Creativity: City, Culture and Space in East Asia. Bridge 21, pp.220-245. Lin, Yi-Chieh. (2014). From Rice Bombs to

			<p>Wedding Gifts: The Cultural Changes of Rice Heritage in Taiwan. Rethinking Asian Food Heritage, FCDC, pp.51-74.</p> <p>Lin, Yi-Chieh. (2014) After Piracy: Reflections of Industrial Designers in Taiwan on Sustainable Innovation. Piracy: Leakages from Modernity, Litwin, pp.307-322.</p>
Yih-Jiun Liu	Political Communication	Department of Political Science, University of Chicago IL., U.S.A.	<p>劉義鈞 (2013),〈台灣原住民政治參與—以宜蘭縣泰雅族為例〉,《宜蘭學：宜蘭產業發展與社會變遷之評析》, 413-431。</p> <p>劉義鈞、賴銘鴻 (2012)。《雪山隧道通車後宜蘭縣外來竊盜犯罪模式與防治之研究》。</p> <p>劉義鈞、賴銘鴻 (2012)。〈北宜高通車對宜蘭縣產業變遷之評析〉,《宜蘭研究論文集》, 365-388。</p>

數位內容碩士學位學程課程簡介

壹、教育目標

成為創新數位生活、培育及領導的搖籃

一、教育目標

國立政治大學數位內容碩士學位學程，是國內第一個融合傳播學院與理學院（資訊科學系）的碩士學程。本學程自 2008 年 6 月開始籌備，2009 年秋正式成立。旨在提供數位內容的專業學習管道，以建立學生在人文內涵、資訊設計及科技實作的跨領域融合能力，並培育數位內容之創造、設計、企劃及系統研發之專業領導人才。培養學生具人文社會與世界觀的敘事能力、資訊科技能力、數位內容應用能力，亦即「數位內容的創新力與整合執行力」。

本學程以數位內容的國際前瞻研究與產業發展的趨勢，結合政大深厚的學術根基，特色發展的研究主題有四群：數位敘事、數位文創、使用者經驗設計、與智慧環境。

學生招生來源分有創意傳播組以及資訊技術組。課程由傳播學院及理學院（資訊科學系）兩院教師合授。課程的設計，兼顧學術理論、實務導向、產品設計、製作與系統整合，涵蓋學術範疇有科技、內容、與設計。學生的論文指導採跨領域雙指導教授，各研究主題群均由兩院教師組成，除有學程專屬主聘教師外，兩院也有支援教師來共同組成。

二、未來發展方向

學程畢業的學生可投入與數位敘事創作、創新科技研發等面向相關之數位與內容產業。

貳、課程地圖

數位內容碩士學位學程

必修課程 (13 學分)

設計理論與方法 (碩一上/3 學分)
數位內容技術導論 (碩一上/3 學分)
創意研討 A (碩一上/1 學分)
數位內容技術實作 (碩一下/3 學分)
創意研討 B (碩一下/1 學分)
創意研討 C (碩二上/1 學分)
創意研討 D (碩二下/1 學分)

進階專業課程(自由選修)

觸控介面設計(3 學分)
互動科技：媒材、感知與設計(3 學分)
數位藝術中心專題實驗(3 學分)
互動設計專題：數位裝置製作 (3 學分)
數位出版 (3 學分)
社群網路與應用 (3 學分)
數位文創設計(3 學分)
社群媒體資料分析(3 學分)
展演實務與媒體策略(3 學分)
遊戲企劃與設計 (3 學分)
3D 虛擬世界建構(3 學分)
展示科技案例分析(3 學分)
多媒體網路(3 學分)
圖型識別(3 學分)
網路搜索與探勘(3 學分)
數位藝術(3 學分)

→ 共 28 學分 ←

+

指導教授需由傳播及資訊
兩個領域之教授共同指導

論文或作品進度審查

+

論文或作品成果發表

+

畢業口試

參、修業規定

一、數位內容碩士學位學程

畢業學分	28 學分
必修課程	13 學分 (核心課程)
選修科目	15 學分 (進階課程至少 8 學分)
修課特殊規定	程式設計抵免規定：學生應有基礎之程式設計能力，入學後可用先前所修習之相關課程進行審查，如未通過，需補修本校相關課程。
資格檢定	1. 論文/作品進度審查 2. 成果發表

肆、課程規劃

上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
462001001	設計理論與方法	必修	3
462002001	數位內容技術導論	必修	3
462003001	創意研討 (A)	必修	1
462005001	創意研討 (C)	必修	1
462914001	社群媒體資料分析	選修	3
462918001	觸控介面設計	選修	3

462919001	互動設計專題：數位裝置實作	選修	3
462949001	多媒體網路	選修	3
462915001	展演實務與媒體策略	選修	3
下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
462004001	創意研討 (B)	必修	1
462006001	創意研討 (D)	必修	1
462007001	數位內容技術實作	必修	3
462912001	網路搜索與探勘	選修	3
462920001	社群網路與應用	選修	3
462922001	數位出版	選修	3
462926001	互動科技：媒材、感知與設計	選修	3

註：實際上課時間以教務處公告為準

伍、課程總覽

462001001	設計理論與方法	必修	上學期	3學分	數位碩一
課程目標 Course Objectives	(一) 透過深度觀察與設計思考，解決舊問題與發現新可能。 (二) 利用設計研究方法，思考造物哲學，探究器物設計機能與形式的新平衡 (三) 培養流程管理與實作能力，將開發新產品或服務的概念付諸實踐，完成產品雛形。				
課程大綱 Course Description	(一) Theory 1.A short introduction of design. 2.The science of design. 3.Design thinking. 4. Design-inspired innovation. (二) Methods 1.Ideation and design principles. 2.Design strategy. 3.Contextual inquiry. 4.Persona. 5.Scenarios, stories, and use cases. (三) Practices 1.Project management. 2. Prototyping. 3. Evaluation.				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462002001	數位內容技術導論	必修	上學期	3學分	數位碩一
課程目標 Course Objectives	Understand the Fundamentals of Digital Content Related Issues and Technologies				
課程大綱 Course Description	(一) 數位內容簡介 (二) JavaScript (三) 文字與排版 (四) HTML5, CSS, HTML5 Text API (五) 音訊與音樂 (六) Web Audio API (七) 程式繪圖 (八) HTML5 Canvas (九) 影像處理 (十) Canvas Image API (十一) Video Processing (十二) Animation (十三) 互動科技				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462003001	創意研討 (A)	必修	上學期	1 學分	數位碩一
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 引介同學認識數位內容學程的相關規劃。</p> <p>(二) 邀請傳院與資科系師長來介紹各自的專長領域與研究計畫。</p> <p>(三) 研習文獻，掌握數位內容的最新發展。</p> <p>(四) 碩二同學分享研究成果，碩一同學介紹自己的學習歷程與數位背景。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>每學期一學分的課。讓所有學程的學生一起參與，每學期以不同方式呈現：討論數位產業與數位內容之議題、安排演講、業界參訪、外國學者教學…等，期末讓學生以專案或作品之創意構想並逐步報告作品進度，期讓全體各年級學生達到腦力激盪、相互觀摩、批評改進之目的。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 2 </u> 小時</p>					

462005001	創意研討 (C)	必修	上學期	1 學分	數位碩二
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 引介同學認識數位內容學程的相關規劃。</p> <p>(二) 邀請傳院與資科系師長來介紹各自的專長領域與研究計畫。</p> <p>(三) 研習文獻，掌握數位內容的最新發展。</p> <p>(四) 碩二同學分享研究成果，碩一同學介紹自己的學習歷程與數位背景。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>每學期一學分的課。讓所有學程的學生一起參與，每學期以不同方式呈現：討論數位產業與數位內容之議題、安排演講、業界參訪、外國學者教學…等，期末讓學生以專案或作品之創意構想並逐步報告作品進度，期讓全體各年級學生達到腦力激盪、相互觀摩、批評改進之目的。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 2 </u> 小時</p>					

462914001	社群媒體資料分析	選修	上學期	3 學分	數位碩二與 傳播碩共開
課程目標 Course Objectives	本課程是一門跨領域整合課程，旨在介紹當代社群媒體資料的分析和應用。同學透過閱讀認識社交媒體及其特質，並透過「做中學」分析資料而掌握社交媒體的運作策略，				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 社群媒體總論：認識社群媒體的每個面向</p> <p>(二) 分析方法/工具：熟悉操作社群媒體資料的基本技術分析策略</p> <p>(三) 分析個案：應用資料解析社群媒體上的輿情趨勢</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

462918001	觸控介面設計	選修	上學期	3 學分	數位碩一 數位碩二
課程目標 Course Objectives	本課程旨在介紹人機互動 (HCI) 相關研究以及使用者介面 (UI) 設計原則，並以觸控式裝置 (如平板、互動桌、互動牆) 為主要發展平台，使學生熟悉相關技術發展。課程中利用設計思考流程帶領學生從使用者角度出發，培養創新互動介面之設計開發能力。				
課程大綱 Course Description	本課程涵蓋人機互動原理以及介面設計方法，並針對觸控式平台之特性，介紹國內外相關研究，最後利用專案形式帶領學生規劃友善易用之觸控互動介面。				
預估每周課外學習時間 <u> 4-6 </u> 小時					

462919001	互動設計專題：數位裝置實作	選修	上學期	3 學分	數位碩一 數位碩二
課程目標 Course Objectives	教導互動裝置創作，並以政大數位藝術中心為平台，以 Living Lab 的方式，創作互動裝置，並持續地體驗與改進此裝置。課程會以專題實驗來執行，同學以計畫規模的大小分組，以合作的方式，整學期會企劃一至二件互動作品，並製作完畢與拍攝記錄影片。這些作品將會在數位藝術中心展出。				
課程大綱 Course Description	(一) 互動裝置介紹 (二) 作品賞析 (三) 新媒體藝術與互動裝置創作與執行 1.軟體設計 2.美術設計 3.硬體設計 4.裝置設計 (四) 製作企劃與執行 (五) 專案與預算控管 1.提案與簡報製作 2.專案時辰與分工設計 3.製作執行				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462949001	多媒體網路	選修	上學期	3 學分	數位碩一 數位碩二
課程目標 Course Objectives	本課程介紹多媒體資料在網路傳輸所需的技術，以及相關的協定和創新應用。在不同的網路平台，不同的多媒體應用，需要不同的網路技術支持，以符合所需呈現出來的品質要求。				
課程大綱 Course Description	課程內容分三部份，第一部份介紹目前在網路上的多媒體應用，再帶到第二部份多媒體網路的技術與挑戰，第三部份(含實習演練)將介紹未來的想像--多媒體網路世界的新技术發展與可能應用情境。最後期能引導利用既有技術或平台發展創新應用設計，或是發展新技术擴大目前的多媒體應用。				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462004001	創意研討 (B)	必修	下學期	1 學分	數位碩一
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 引介同學認識數位內容學程的相關規劃。</p> <p>(二) 邀請傳院與資料系師長來介紹各自的專長領域與研究計畫。</p> <p>(三) 研習文獻，掌握數位內容的最新發展。</p> <p>(四) 碩二同學分享研究成果，碩一同學介紹自己的學習歷程與數位背景。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>每學期一學分的課。讓所有學程的學生一起參與，每學期以不同方式呈現：討論數位產業與數位內容之議題、安排演講、業界參訪、外國學者教學…等，期末讓學生以專案或作品之創意構想並逐步報告作品進度，期讓全體各年級學生達到腦力激盪、相互觀摩、批評改進之目的。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 2 </u> 小時</p>					

462006001	創意研討 (D)	必修	下學期	1 學分	數位碩二
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 引介同學認識數位內容學程的相關規劃。</p> <p>(二) 邀請傳院與資料系師長來介紹各自的專長領域與研究計畫。</p> <p>(三) 研習文獻，掌握數位內容的最新發展。</p> <p>(四) 碩二同學分享研究成果，碩一同學介紹自己的學習歷程與數位背景。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>每學期一學分的課。讓所有學程的學生一起參與，每學期以不同方式呈現：討論數位產業與數位內容之議題、安排演講、業界參訪、外國學者教學…等，期末讓學生以專案或作品之創意構想並逐步報告作品進度，期讓全體各年級學生達到腦力激盪、相互觀摩、批評改進之目的。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 2 </u> 小時</p>					

462007001	數位內容技術實作	必修	下學期	3 學分	數位碩一
課程目標 Course Objectives	數位內容指的是將圖像、文字、影像或語音等資料，運用資訊科技加以數位化後的產物。身為新媒體創作者，數位內容就是創作素材，必須懂得它們的特性、了解如何操弄、運用它們。在修習本課程的過程中，同學們將學習如何使用資訊技術操作與展現數位內容包含文字、排版、音訊、音樂合成、圖形、圖像、動畫、影片與互動，奠立未來寫作論文或發表創作時所需要的技術基礎。				
課程大綱 Course Description	第一週：Course Introduction；第二週：數位內容簡介；第三週：JavaScript；第四週：JavaScript；第五週：文字與排版, HTML5, CSS, HTML5 Text API；第六週：文字與排版, HTML5, HTML5 Text API；第七週：音訊與音樂/Web Audio API；第八週：音訊與音樂/Web Audio API；第九週：程式繪圖/HTML5 Canvas；第十週：影像處理/Canvas Image API；第十一週：影像處理/Canvas Image API；第十二週：Data Visualization；第十三週：期末專題提案 1；第十四週：Video；第十五週：Animation；第十六週：互動科技；第十七週：互動科技；第十八週：Final Project Presentation				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462912001	網路搜索與探勘	選修	下學期	3 學分	數位碩
課程目標 Course Objectives	<ol style="list-style-type: none"> 1. to provide an overview of Web Search and Mining related research 2. to systematically review the core research topics in the field 3. to show case the most recent research progress 4. to give students enough training for doing research in the field and an opportunity to work on a research project 				
課程大綱 Course Description	<ol style="list-style-type: none"> 1. Web Search (1)Evaluation (2)Retrieval Model (3)Language Model (4)Link Analysis (5)Web Crawling 2. Web Mining (1)Classification (2)Clustering (3)Learning to Rank (4)Recommendation 				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462915001	展演實務與媒體策略	選修	上學期	3 學分	數位碩一 數位碩二
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 新媒體創作與策展計劃之提案</p> <p>(二) 新媒體平台的策略運用，與商業模式分析</p> <p>(三) 新媒體展演的空間規劃與實際呈現</p>				
課程大綱 Course Description	<p>由新媒體科技的發展，帶動人類經濟活動由工業經濟、服務經濟，加速進入了一個以消費者個人為中心，解放五感與直覺、打開身體與記憶的「體驗經濟」時代。體驗是個人主觀的、內在的，需透過實體或虛擬的空間，經由身體、情感、意識上參與所獲得。因此，如何從實驗性的創作中，具體達成全感知、全訊息的未來互動展演空間，為本課程的重要目標。</p> <p>新媒體科技以消費者個人為中心，對於美學經濟的普及具有重要意義。新媒體無孔不入的滲透，形成巨大的「全息隱能量場」。在媒體城市中，創造了一個更公平、更包容的文化語境。任何民眾皆有審美的權力，皆可通過媒體，將個人審美品味任意附著於生活商品或虛擬網路之中，來推廣美的體驗，從而達到當代藝術的政治性目標，即「平民美學」。本課程試圖從數位「平民美學」出發，引導同學在媒體的「部署」與「反部署」的關係之中，開創出「體驗經濟」時代的「媒體策略」。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462920001	社群網路與應用	選修	下學期	3 學分	數位碩一 數位碩二
課程目標 Course Objectives	<p>本課程探討具社群特色的應用程式的設計與開發，內容兼重設計與開發。學習目標如下：</p> <p>(一) 瞭解 Web 的基本運作原理與 Web 2.0 的概念與特色。</p> <p>(二) 學習 Web 2.0 程式設計基礎。</p> <p>(三) 瞭解社交媒體與線上社群服務的發展趨勢，以及背後的基本理論與概念。</p> <p>(四) 探究網路社群與各類應用程式的特色。</p> <p>(五) 學習開發網路社群應用程式。</p> <p>(六) 學習自主與分組學習以及跨領域合作。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>1. Web Technologies (1)HTML/XML/CSS (2)JavaScript, DOM, jQuery, Ajax, CGI, Session/Cookies (3)Python Web App, Web services, Web API (4)Mobile App: AppInventer</p> <p>2. Design (1)A Framework for Social Web Design: Activity, Object, Feature (AOF) (2)Design for Sign-Up (3)Design for Ongoing Participation (4)Design for Collective Intelligence (5)Design for Sharing (6)The Funnel Analysis</p> <p>3. Project (1)Team up (2)Project theme and initial design (3)Project work (4)Project Demo</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462922001	數位出版	選修	下學期	3 學分	數位碩一 數位碩二
課程目標 Course Objectives	認識數位出版產業發展及技術進而建立數位出版實作能力				
課程大綱 Course Description	數位出版技術及趨勢概論／傳統及數位出版流程／電子書相關標準及技術演進／電子紙技術及發展簡介／國內外數位出版平台及市場／認識數位出版及數位著作權／DRM 數位版權管理／電子書開發編輯器及閱讀載體現況／電子書開發編輯軟體實作／從數位編輯至數位出版平台上載實作／新媒體創意出版實例研討／國內外出版產業轉型經驗分享／分組數位出版實作成果展示				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462926001	互動科技：媒材、感知與設計	選修	下學期	3 學分	數位碩
課程目標 Course Objectives	本課程著重互動設計中，由 MIT 媒體實驗室石井裕博士所提出實體互動介面為基準，將虛擬資訊藉由實體物件作的操作，結合使用者行為，整合數位與現實世界，讓學生們跳脫傳統電腦操作介面，發揮創意發展不同的操作媒材，創造更為方便了解空間資訊的創意物件。				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 課程說明--文化導入生活科技應用與課程介紹；(二) 設計思考--互動設計的演進與行動傳播、科學傳播、設計傳播、產業傳播；(三) Physical Computing：認識 Arduino；(四) 數位輸出與輸入；(五) 類比--透過類比控制 LED 燈的亮暗；(六) 外部控制--如何控制馬達？如何控制冷光燈？(七) 電腦溝通--Arduino 與電腦溝通方法 (Flash、Processing)；(八) 專案雛形提報 1--研究開發與故事 (企劃書) 撰寫；(九) 專案製作討論 1 期中簡報--作品第一階段展示與驗證；(十) 專案製作討論 2--作品第二階段展示與驗證；(十一) 設計創造力、想像力與服務科學；(十二) 服務設計方法感知實驗：創意手法；(十三) 整合媒材研究論述；(十四) 服務設計藍圖+創意模型+設計的創意與創新；(十五) Final Project 設計建置與實驗練習；(十六) 數位科技設計專題研討與製作 (I) 製作實務指導 (II)：使用者測試；(十七) 數位科技設計專題研討與製作 (II)：Proposal；(十八) Final presentation 與評析。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

陸、學生修業規劃及課程檢核表

研究所

姓名：_____ 學號：_____

碩一上學期

課程名稱	上課時間	類別	學分數
設計理論與方法	四 D56	必修	3
數位內容技術導論	一 D5	必修	3
創意研討 (A)	二 C	必修	1
類別	必修課程	選修課程	系外選修課程
畢業至少 應修學分	13 (核心課程)	15(進階課程至少 8 學分)	不限
	28		
至本學期 累計修畢			

碩一下學期

課程名稱	上課時間	類別	學分數
創意研討 (B)	二 C	必修	1
數位內容技術實作	五 D56	必修	3
類別	必修課程	選修課程	系外選修課程
畢業至少 應修學分	13 (核心課程)	15(進階課程至少 8 學分)	不限
	28		
至本學期 累計修畢			

碩二上學期

課程名稱		上課時間	類別	學分數
創意研討 (C)		二 D	必修	1
類別	必修課程	選修課程	系外選修課程	
畢業至少 應修學分	13 (核心課程)	15(進階課程至少 8 學分)	不限	
	28			
至本學期 累計修畢				

碩二下學期

課程名稱	上課時間	類別	學分數
創意研討 (D)	二 D	必修	1
類別	必修課程	選修課程	系外選修課程
畢業至少 應修學分	13 (核心課程)	15(進階課程至少 8 學分)	不限
	28		
至本學期 累計修畢			

傳播碩士學位學程課程簡介

壹、教育目標

一、教育目標

碩士班目標在培養傳播專業知識的專業人才，不僅具有人文關懷、多元文化和國際視野，同時也能因應社會相關領域所需而與時俱進，並善盡傳播知識的傳承與提升。由於傳播的疆域不斷流動，未來行業無論名稱、性質都充滿變數。碩班課程最大的特色在於培養未來「不確定」領域之傳播人才，鼓勵和促成多個生涯之想像。

基於上述理念，碩士生的核心能力應呈現以下五個面向：（一）知識統整能力：能夠發現重要社會議題，抽繹、區辨、歸納訊息，並加以系統化和概念化的能力；（二）創新能力：能夠隨時隨地洞察社會情境、掌握傳播生態變動的趨勢，因應多重限制、規劃組合資源，並充分展現構想、觀念或作品的的能力；（三）資訊處理能力：能夠為專業工作領域從事資訊企劃、蒐集、評估，並使用當代各種媒介（媒材）陳述、表達和傳佈資訊的能力；（四）領導統御能力：能夠在組織／團體中獲得認同、凝聚群體資源、並促使社群或組織成員協同合作的能力；以及（五）專業倫理能力：能夠因應情境，認知、理解、遵循及反思人我分際、工作本質、以及組織規範的能力。

傳院課程以培養可長可久、可對應多種生涯的能力為宗旨。就學習而言，不設立目標也表示學習不再如以往，只是習得一套固定的知識和技能（如新聞專業）。理想上每個人都是獨特的個體，均應適才適性發展出最適合自己的專業，而在傳院則意味著每個人都該發展出自己的學程。研究部近年來的課程發展重點，可歸結為以下二項：

（一）課程精神轉向：在傳播生態驟變的時代裡，教育工作者固然需要審時度勢、想像傳播的走向，並提出幾套組合知識的模式作為範例以供參考，但教育工作者對於未來想像有時而窮，為了實踐非目標設計的理念，課程定位應迥異於往昔由上而下精密規劃、以教師為主體的課程精神，取而代之的是以學生為主體、重視環境和選擇課程精神。在這套精神下，碩士生才是課程主角，授課教師是配角。本院建議的課程猶如套餐，僅供參考，碩生必須斟酌志趣和先前知識，設計符合自己需求的課程。其次，課程重點不在內容，而在促發學生對傳播事業的想像。因此研究部除例示的幾項專業外，提供自主專業之選項，除基礎、核心課程外，碩士生有相當大的彈性空間組合自己的課程。

（二）資源整合和能量提昇：課程資源有限，而知識疆域無窮。因此必須將課程資源發揮得淋漓盡致。本院課程不患寡而患不均。研究部成立後便創造了一定的經濟規模，有利整

合全院教學資源。過去三個碩班各自開課，跨所選課關卡重重，造成課程資源浪費。目前碩生入學，可選修任一學程；選修課全部開放選修。

二、未來發展方向

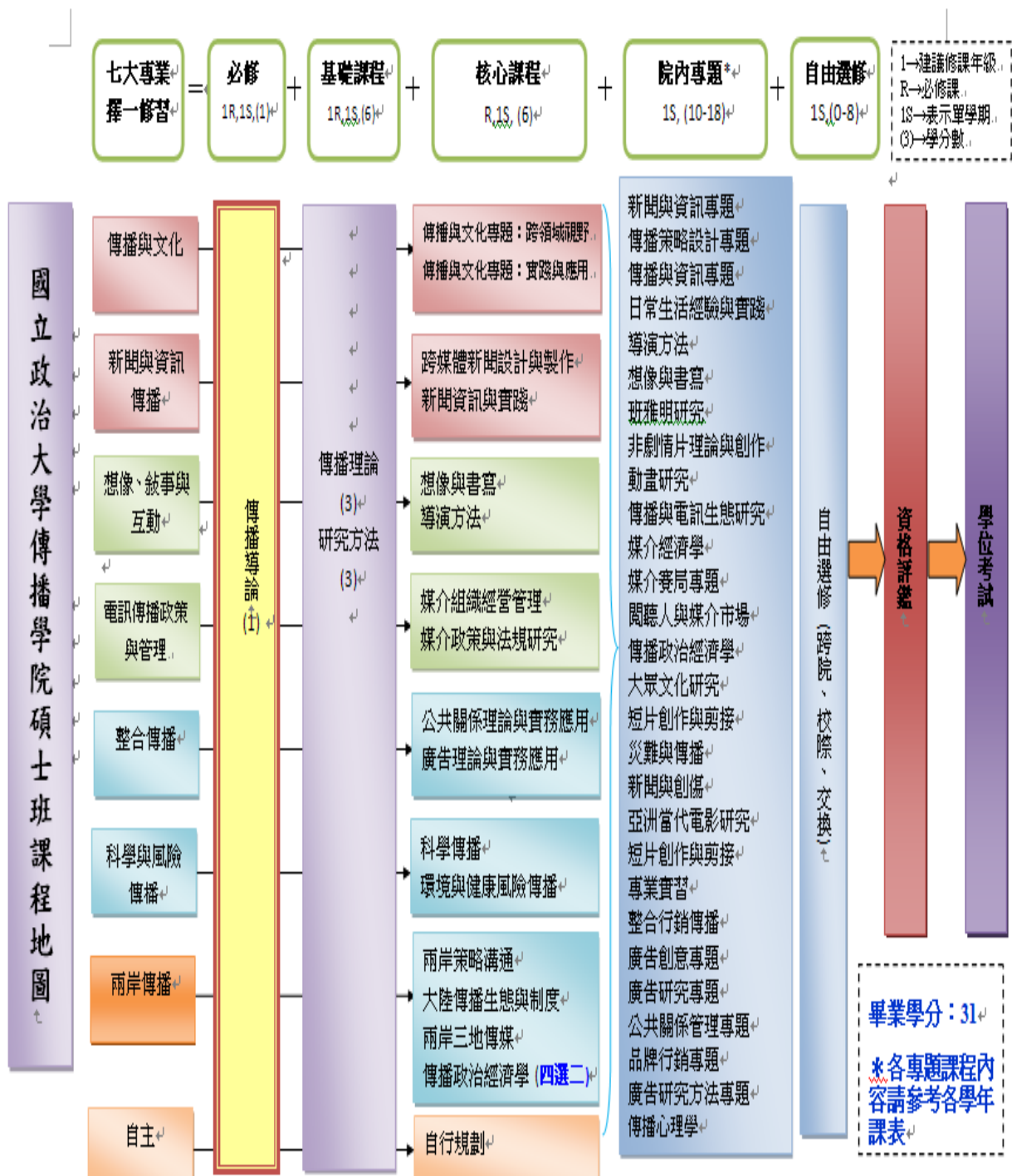
本院碩士生畢業後大致可區分為二途，有些學生繼續攻讀國內外博士學位、並服務於臺灣本地學術界。本院在碩士階段給予紮實的學術養成和思維訓練，使畢業生們得以在其後的學術和實務界的競爭中勝出，因而也成就了本院碩士班的社會影響力。

本院碩士班未來可以長足發展的部分，是透過實務研究展現實務界的影響力。現在傳播科系大量增加之後，人才濟濟，若未來要在實務界展現影響力，關鍵在於本院的研究能力，也就是培養他校較稀缺的實務研究人才，唯有如此直接貢獻才能與他校系區隔。碩班產出的應是產業界的高階人才，訓練出傳播產業的解題人才（problem-solver），則未來在實務界較有機會嶄露頭角。

本碩士班成立以來，即為傳播學術和實務界作育英才，迄今已經具備相當規模，也為本院累積一定程度的社會聲望。由於傳播生態遽變，本院最近三年以來、已經逐漸走向專業學院。過去本院教師過去大多投入基礎理論研究，教師研究經驗豐富、領域多元。然而，由於情境變遷，本院碩生出路在實務領域，和研究為主的理論知識之間，尚有落差，未來如何配合學生需求，將理論素養優勢轉換為專業優勢，是一大挑戰。有鑑於此，未來擬在本院原有理論基礎上、持續推動組織調整和課程教學更新，俾能因應未來調適從「學術專業走向學術實務平衡」的動向。

貳、課程地圖

一、課程地圖



二、各專業簡介

專業名稱	專業宗旨	專業目標
傳播與文化	強調科際整合的跨領域理論基礎，旨在探索、分析、研究傳播媒體與社會各領域之間的互動過程及結果，培養研究與創作的紮實根基。	本專業目標在培養學生整合社會、經濟、科技與人文領域知識之能力，並能將之運用於傳播研究與實務。
新聞與資訊傳播	掌握社會環境變遷與科技趨勢對媒體形式之影響；強調反思、分析並批判社會議題之能力；實踐專業倫理之承諾與信念；積極培養紮實採寫及跨媒體製作之專業技藝。	培養具有新聞暨資訊專業素養之傳播工作者，擅於發掘及界定問題、蒐集與判別資料、運用不同媒材製作新聞暨資訊成品，並能有效傳播。
想像、敘事與互動	培養傳播內容產製人才，期使學生具備想像、敘事與互動之專業知能，批判、關懷與獨立思考的態度，深厚的人文與藝術涵養、及宏觀的未來視野與國際競爭合作能力。	培養學生的創意、企劃、設計等想像能力；培養學生使用文字、圖像、影像、聲音、表演工具的技藝能力；培養學生準確建構故事內容與話語形式的說故事能力；培養學生掌握新媒體之非線性敘事、跨媒材敘事、資料庫敘事、互動、隨境敘事、行動內容、社群共創等特質，以適應新媒體時代內容產製變化之能力；培養學生跨媒材、跨文類、跨文本、跨媒介之整合能力；培養學生兼具理論基礎與實務創作的的能力
電訊傳播政策與管理	隨著數位科技快速發展，傳播、電訊與網路產業整合匯流，消費者可以透過各種個人行動裝置消費電視、廣播、雜誌與報紙等數位多媒體內容，或是藉由即時通訊與社群軟體，取代傳統語音電話與人際溝通，而持續擴大的集團化，也引起資源效率與市場壟斷的辯證。新媒體服務挑戰既有的組織管理、商業模式、競爭政策與法律規範，產業界需要不斷創新競爭，才能面對更多不確定的挑戰。因此本專業學程希望提供學生系統性的知識、理論與實務課程，協助學術與產業間	從政策及經營管理面向探究傳播、電訊與網路等市場生態與科技發展，回應數位匯流產業的不斷變化。提供內部組織經營、產業外部環境分析與政策思考能力。整合不同專業知識，使學生更具宏觀博學素養，培養跨領域的未來創新創業、與政策規劃的領導人才。

	對話，思考具創新的組織管理、商業模式、與兼顧均衡的政策制度。	
科學與風險傳播	掌握與因應國內外對重要科學發展、科技應用與風險議題的關注；熟悉科學發展或科技應用產業趨勢及對公眾或消費者之社會影響；結合跨領域研究與實務，因應前瞻性社會趨勢及需求；配合院內外相關研究之發展，打造傳院與政大特色課程。	培養熟悉現代科學與風險社會議題之溝通與媒體人才，或有志從事跨領域研究與實務之人才。
整合傳播	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。	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。
兩岸傳播	本專業發展的宗旨可分述如下：瞭解兩岸傳播議題和社會發展趨勢；以兩岸為跨文化傳播的場域，觀察和探索各種傳播現象，以及發展理論知識；學習應用相關理論知識，以解決兩岸傳播相關問題。	臺灣和中國因地域接近以及雙方往來日趨頻繁，傳播相關議題也逐漸成為一個特定知識領域。本院研究部發展這個專業領域，一方面是以華人傳播研究為基底，期能開拓本院傳播研究新領域；另一方面則希望透過傳播和其它知識的跨域整合，成為支援本院或本校其它專業領域的知識資源。本專業將培養有志從事台灣與中國的華人傳播現象觀察和理論探究的研究人才，以及未來因在工作或生活必須熟悉兩岸傳播現況的實務工作者。
自主專業	體現自主學習的本質，與學業導師諮商並經院核可後，自行組合專業修習。	

三、專業課程結構表

政治大學傳播學院 105 學年度「傳播碩士學位學程」專業課程結構表

專業名稱	傳播與文化	新聞與資訊傳播	想像、敘事與互動	電訊傳播政策與管理	科學與風險傳播	整合傳播	兩岸傳播	自主專業
院必修 (1 學分)	傳播導論 (1 學分)							
基礎課程 (6 學分)	傳播理論 (3 學分) 研究方法 (3 學分)							
核心課程 (6 學分)	1.傳播與文化專題:跨領域視野 2.傳播與文化專題:實踐與應用	1.跨媒體新聞設計與製作 2.新聞資訊與實踐	1.想像與書寫 2.導演方法	1.媒介組織經營與管理 2.媒介政策與法規研究	1.科學傳播 2.環境與健康風險傳播	1.廣告理論與實務應用 2.公共關係理論與實務應用	1.兩岸策略溝通 2.大陸傳播生態與制度 3.兩岸三地傳媒 4.傳播政治經濟學 (四選二)	自行規劃
專題選修	自行規劃							
畢業要求	<p>★畢業總學分數：31 學分。</p> <p>★全院必修：1 學分；基礎：6 學分；核心：6 學分。</p> <p>★自由選修：畢業總學分數四分之一，經與導師諮商後得自由修習本班或外院課程。</p> <p>★論文不計學分。</p> <p>★畢業要求：依傳播碩士學位學程規定辦理。</p>							

參、畢業門檻檢定及修業規定

一、傳播碩士學位學程

畢業學分	31 學分
必修科目	1 學分
基礎科目	6 學分
核心科目	6 學分
選修科目	18 學分
特殊修課規定	依照各專業規定
資格檢定	1. 資格考核（五選一） 2. 學位考試

肆、課程規劃

傳播碩 上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
464001001	傳播導論	必	1
464860011	傳播理論	選	3
464860021	傳播理論	選	3
464860031	傳播理論	選	3
464861011	研究方法	選	3

464861021	研究方法	選	3
464861031	研究方法	選	3
464862001	傳播與文化專題：實踐與應用	選	3
464864001	跨媒體新聞設計與製作	選	3
464872001	公共關係理論與實務應用	選	3
464873001	廣告理論與實務應用	選	3
464874001	媒介政策與法規研究	選	3
464876001	科學傳播	選	3
464878001	兩岸策略溝通	選	3
464880001	社交與娛樂媒體	選	3
464883001	行銷原理	選	3
464885001	動畫研究專題	選	3
464895001	社群媒體資料分析	選	3
464900001	廣告創意－洞察、體驗暨溝通	選	3
464911001	創意溝通專題：靜態攝影創作	選	3
464915001	導演方法	選	3
464924001	品牌行銷專題研究	選	3
464931001	文化產業與勞動	選	3
464937001	專業實習	選	1

464939001	跨文化傳播專題	選	3
464940001	新媒體資料分析	選	3
464946001	媒介社會學	選	3
464947001	當代大眾傳播問題	選	3
464949001	內容分析	選	3
傳播碩 下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
464863001	傳播與文化專題：跨領域視野	選	3
464854001	兩岸三地傳媒	選	3
464856001	設計未來傳播	選	3
464858001	廣告效果研究	選	3
464865001	新聞資訊與實踐	選	3
464875001	媒介組織經營管理	選	3
464877001	環境與健康風險傳播	選	3
464879001	大陸傳播生態與制度	選	3
464888001	媒介經濟學	選	3
464892001	廣電專題研究—班雅明	選	3
464893001	創意溝通專題：美術攝影創作	選	3
464894001	廣告策略與管理講座	選	3

464898001	奧美實境秀－大咖來上課	選	3
464899001	電通安吉斯講堂：新行銷世代下的媒體創新	選	3
464901001	媒介賽局專題	選	3
464903001	海量資料研究專題	選	3
464904001	財經新聞採寫與製作	選	3
464906001	報導文學	選	3
464907001	廣電新聞學	選	3
464909001	互動科技：媒材感知與設計	選	3
464913001	文化創意產業發展策略與實例	選	3
464917001	專題－短片編劇與賞析	選	3
464918001	閱聽人與媒介市場	選	3
464921001	台灣電通講堂：新廣告實戰解密	選	3
464925001	整合行銷傳播	選	3
464926001	傳播心理學	選	3
464929001	傳播政治經濟學	選	3
464932001	言說分析	選	3
464934001	性別與傳播科技	選	3
464935001	想像與書寫	選	3

註：實際上課時間以教務處公告為準

伍、課程總覽

上學期

464001001	傳播導論	必修	上學期	1 學分	傳播碩一
課程目標 Course Objectives	上這門課，請先問自己下面幾個問題：大學／研究所對你（妳）有何用？大學／研究所對你（妳）的意義是什麼？這門課將從這幾個問題的發想開始，幫助同學們認識傳播學院提供的學習環境。				
課程大綱 Course Description	<p>（一）課前讀物心得分享。</p> <p>（二）課堂分組報告（組作業）：每組就單元主題與讀本，提出口頭報告。各組的報告順序，於課堂抽籤決定。報告可採用各種傳播形式，請發揮創意。報告必須達到傳播專業之要求（如：結構清晰、明白易懂、生動活化等），將為分數評估的重要標準。每次報告至少派 3 位同學上場，報告的同學不可重複，盡量讓所有同學都上台參與報告，展現團隊合作的成果，請留意組內的工作分配。</p> <p>（三）討論每單元報告後，請各位同學踴躍發言分享、參與討論，每人以 3 分鐘為限。</p> <p>（四）世界咖啡館討論和報告形式將直接在課堂上說明。每組抽點兩人擔任桌長，桌長需上台進行 15 分鐘的報告（希望能藉由活動認識其他組別的組員，並對當前的議題進行討論交流）。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464860011	傳播理論	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	The objective of this course is to familiarize students with various perspectives on communication theory and to enhance students' ability to analyze communication phenomenon.				
課程大綱 Course Description	Course materials cover a range of topics, including media effects, entertainment, new media, and so on.				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

464860021	傳播理論	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>瞭解「理論建構」的構成要素</p> <p>熟稔傳播研究史上重要的傳播理論流派與現況</p> <p>學習「理論地」思考，並練習理論應用於研究</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一)基礎概念介紹：什麼是「理論」？「典範」為何重要？「傳播理論」範疇如何？</p> <p>(二)心理學與社會心理學取徑：效果以及效果有限論</p> <p>(三)文化研究取徑：：政治經濟學、全球化、接收分析、日常生活</p> <p>(四)媒體科技的關鍵地位：UGC 與社群媒體理論</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>15</u> 小時</p>					

464860031	傳播理論	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>本課程著重介紹媒體與傳播理論，使學生更了解實證論與建構論之間的對話，並思考如何從當代媒體環境出發，思考這些理論的意義。修完這門課後，學生應能指出不同學派理論的差異與優劣，進而對當代媒體現象提出自己的觀察與分析。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>在眾多與媒體及傳播相關的理論中，本課程較注重批判和文化研究。美國實證傳統的理論如媒體效果研究、議題設定、涵化、電視暴力研究等也會在課程中提及，與文化及政經研究的傳統相互對照並辯論。期待學生能理解所謂媒介效果應該置於更寬廣的文化情境來理解，傳播科技也並非單線地創新傳布，而需與在地文化協商、揉和，由使用者與媒體科技互動而產生的影響，使得傳播的影響力持續存在而且不斷變形。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>15</u> 小時</p>					

464861011	研究方法	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>熟悉量化與質化研究方法，幫助研究生進行獨立研究，搜尋及整合文獻，解釋學術研究資料，以追求「真正的方法知識」。本課重視親自操作，獲得真正 hands on 的訓練與經驗。目標簡述如下：</p> <p>(一) 探討不同研究方法的基本概念與方法異同。</p> <p>(二) 介紹方法論與操作的關係，如何運用量化方法和質化方法進行傳播研究。</p> <p>培養獨立研究者應具備的理論、知識、執行管理與反思能力。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>傳播研究基礎：</p> <p>(一) 研究基本概念；(二) 從問題意識到研究問題、研究假設；(三) 研究設計與規劃；(四) 概念到量測；(五) 研究倫理；(六) 信度與效度；(七) 抽樣。</p> <p>量化方法：</p> <p>(一) 實驗法；(二) 調查法；(三) 內容分析</p> <p>質性方法：(一) 田野調查；(二) 參與觀察；(三) 深度訪談；</p> <p>大數據與社群媒體研究方法與應用</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時</p>					

464861021	研究方法	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 以理論為基礎的問題與思辨能力</p> <p>(二) 社會科學哲學與語言</p> <p>(二) 理解部分研究方法與研究設計</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 科學典範與哲學基礎</p> <p>(二) 質化、量化與混和研究方法</p> <p>(三) 獨立完成研究設計與完整學術論文寫作能力</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時</p>					

464861031	研究方法	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	培養發現、剖析社會與傳播現象或問題的能力；指導如何評析科學方法與傳播研究之間的關係；指導操練研究過程各步驟所需的執行方法與能力；提供各類社會科學研究法的基本知識及其在傳播上的應用；訓練如何評估研究論文的優劣；介紹經常使用的量化分析與統計方法，以及訓練如何構思一個完整的研究計畫。				
課程大綱 Course Description	(一) 人類科學探索--做研究的基礎概念；(二) 研究之基本要素—理論建構--概念化、操作化測量；(三) 指標、量表與分類與建構；(四) 指標與量表之效度與信度--訪問調查法--問卷設計；(五) 抽樣方法與相關問題；(六) 內容分析法；(七) 觀察方式—實驗法；(八) EICP 資料庫工作坊；(九) 質化研究--焦點團體討論法；(十) 德菲法；(十一) 資料之量化處理與基礎分析；(十二) 因素分析與信度檢驗(電腦教室)；(十三) 假設檢定/交叉分析/卡方檢定；(十四) 關聯性分析(Correlation)；(十五) 迴歸分析(Regression)(電腦教室)；(十六) 多變量資料分析法；(十七) 因果結構模式(電腦教室)。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464862001	傳播與文化專題：實踐與應用	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 從參與、觀察、田野經驗學習反思，與理論對話； (二) 從概念、理論、取徑、到與相應社群、對象對話、修正實做計畫、完成成品。				
課程大綱 Course Description	(一) 說明從事研究的田野、場域、蒐集資料屬性與方法； (二) 研讀理論與相關經驗研究； (三) 修正研究設計與實務成品，在對話中發展、完成。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464864001	跨媒體新聞設計與製作	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 教授跨媒體新聞設計與製作所需之學理 (二) 培養學生進行跨媒體新聞研究與創作之能力				
課程大綱 Course Description	(一) (跨)媒體與新聞發展 (二) 新聞與敘事 (三) (跨)媒體與新聞敘事 (四) 網路與新聞 (五) 跨媒體新聞與使用者				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464872001	公共關係理論與實務應用	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	This course is aimed to help students gain an intellectual foundation in theories of public relations. The purpose of this course is to develop an understanding of the theoretical body of knowledge in public relations and its application to practice. Through readings and discussion of landmark research (journal articles, book chapters, and conference papers), students will examine how public relations theory has evolved over time and has become more welcoming of diverse ideas and research methodologies.				
課程大綱 Course Description	<ol style="list-style-type: none"> 1. To provide the conceptual framework that underlies the theoretical body of knowledge in public relations. 2. To examine how public relations theory informs practice. 3. To provide a synthesized perspective on theory in public relations that allows master's students to complete a project or thesis successfully; to provide the same perspective to doctoral students as a foundation for further development of theoretical knowledge. 4. To foster an appreciation for diversity of people and viewpoints as well as a respect for debate and the right to dissent. 5. To examine and discuss professional standards, ethics, and values in public relations. 				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464873001	廣告理論與實務應用	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	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，除了理論的討論，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。				
課程大綱 Course Description	探討廣告作業流程與相關研究，並介紹廣告作為 branding 的工具--基本理論模式。在此架構下從訊息策略面、消費洞察面與媒介與工具切入主題。訊息策略面探索不同訴求（包括：故事、比較式、幽默、性、正面情感與恐懼訴求）、不同元素（包括：視覺與心象、音樂）與訊息來源；消費洞察面探索文化差異與消費自我概念；媒介情境與工具面探討節目情境、非傳統媒體與數位媒體）。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

464874001	媒介政策與法規研究	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課程旨在提供電子媒介政策與法規最重要與最精華的內容，希望同學能有系統的掌握本課程所設計的內容與指定閱讀範圍。本課程除了討論國際電子媒介政策與法規的基本原理，也會探討我國的相關電訊傳播法規與政策，並且讓修課學生有分析與應用電訊傳播法規的能力。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 電訊傳播法規制度與政策 (二) 新聞自由與廣電自由 (三) 電信與廣電法規的理論基礎 (四) 結構法規 (五) 內容法規 (六) 廣告與置入型行銷 (七) 媒體與誹謗 (八) 媒體與隱私權的保護 (九) 電訊法規 (十) 新傳播科技、電腦網路的規範 (VOIP, OTT)、網路中立性 (十一) 數位媒體與數位匯流法規 				
預估每周課外學習時間 <u> 4.5 </u> 小時					

464876001	科學傳播	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	科學以和現代生活密不可分，許多重要的政治、社會議題也都具有科學成分。為了讓科學發揮其正面效益、和社會共同永續和諧發展，我們必須依靠科學傳播。傳統的科學傳播，強調從科學家到常民的上對下傳教模式，然而近年來科學或科技的發展已非完全掌握在科學家之手，民眾、媒體、政策法規、文化等皆是影響科學、科技走向的重要因素。因此科學傳播廣義上應包含上述各利害關係人在某些特定社會文化情境下的溝通。本課程即是基於這樣的想法，試圖探討科學傳播的內涵，以及其在社會中的應用。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 科學傳播的角色與必要性 (二) 科學傳播的方向與未來 (三) 政治情境下的科學 (四) 公眾科學參與行動 (五) 科學素養/ 知識的概念與測量 (六) 認知捷徑與科學態度 (七) 媒體中的科學 				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464878001	兩岸策略溝通	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	策略溝通是近年用來取代行銷溝通領域的概念及用詞，它的範圍可以涵蓋所有商業及非商業的範疇，舉凡運用社會科學中的各種理論模式，為了達成特定目標而規畫一套整合性的溝通與說服策略與施行步驟，都屬於策略溝通的範疇。				
課程大綱 Course Description	<p>這門課包含以下三個重點：</p> <ul style="list-style-type: none"> (一) 對於溝通對象或閱聽人的行為模式的了解； (二) 對於達成溝通與說服目標而進行的傳播工具、媒體、與訊息規劃介紹； (三) 對於兩岸的閱聽人與社會環境的差異有清楚的認知。本課程將引領學生以跨學門視野，認識閱聽人和消費者的行為及其做決策的過程，比較兩岸在策略溝通規畫和執行的異同，與介紹學生認識兩岸消費市場的差異，以及做行銷和策略溝通時思考應當做出怎樣的調整。 				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464880001	社交與娛樂媒體	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	The goals of the course are threefold: First, understand the seminal constructs in social media and digital games. In addition, be familiar with related research published in “flagship” journals including Journal of Communication, Communication Research, Human Communication Research. Mainstream journals dedicated to social media and digital games including Journal of Computer Mediated Communication, New Media and Society, Media Psychology, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, and Computers in Human Behavior. 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. All students should be able to propose a well-argued research proposal at the end of the semester.				
課程大綱 Course Description	The seminar in Social and Entertainment Media will focus on the development of theories and research trends/topics in social media and digital game literature. Students will learn how these two streams of research originated and evolved in communication research. In addition, students will examine phenomena in these two popular media forms and their effects on human well-being, cognition, and emotions. Furthermore, we will look at how these two media outlets apply into different areas. The course will be consisted of 1/2 of social media literature and 1/2 of entertainment media research.				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464883001	行銷原理	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	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。				
課程大綱 Course Description	本課程強調現代行銷觀念在企業組織中所扮演的角色及功能，內容涵蓋如何了解行銷及行銷過程、如何在動態的行銷環境中評估機會、如何發展行銷策略及行銷組合、國際行銷環境、行銷與社會等相關議題，並輔以企業行銷管理實務之介紹。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464885001	動畫研究專題	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課程目的在提供動畫研究之基礎，除了一起思考與動畫相關之理論與應用，也著重創作研究方法之探討。期末報告分為兩類，一為理論研究計畫書，另一為創作研究計畫書。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 創作研究方法 (二) 動畫的手作精神 (三) 動畫的怪異精神 (四) 動畫的實驗性 (五) 動畫的擬真之路 				
預估每周課外學習時間 <u>2-3</u> 小時					

464895001	社群媒體資料分析	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課程是一門跨領域整合課程，旨在介紹當代社群媒體資料的分析和應用。同學透過閱讀認識社交媒體及其特質，並透過「做中學」分析資料而掌握社交媒體的運作策略。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 社群媒體總論：認識社群媒體的每個面向 (二) 分析方法/工具：熟悉操作社群媒體資料的基本技術分析策略 (三) 分析個案：應用資料解析社群媒體上的輿情趨勢 				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

463928001	廣告創意－洞察、體驗暨溝通	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 使學生充分了解廣告創意思考方法與創意的操作模式與機制。</p> <p>(二) 讓學生充分應用整合傳播中各項工具的組合與如何使用創意執行法。</p> <p>(三) 透過個案教學與討論，讓學習者充分掌握過去成功廣告創意的案例。</p> <p>(四) 將各項策略行銷的理論運用於評量廣告創意案例中。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>面對新世代行銷觀念的突破與延續整合行銷的餘溫，在全球化商品入侵，各國文化疆域逐漸淡化的情況下，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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 6 </u> 小時</p>					

464911001	創意溝通專題：靜態攝影創作	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>本課程教學目標在於，藉攝影的拍、讀、看、說、寫活動，延展學院式邏輯思考、計量統計等傳統「理性」專業能力的訓練，以「非論文寫作」的方式，轉化朦朧思想或內在情感為另一種影像作品的形式。</p> <p>這門課的理想是藉由拍照行為，對外實質拓展個人生活面，對內則是體悟：「如何將個人持續關心的事物，藉由靜態影像來告知他人」。實體作品之外，本課程還寄望學生可以體悟：「創作不等於做作業」等自發性的精神本質。課堂中，學生除經由「定期作品發表」，學習如何做一個有效的創作者？並藉由大量的集體討論，學習如何做一個成功的觀眾？在創作哲理的認知方面，教師則將引領學生：（一）如何以同理心，探索表象背後被漠視的意義；（二）創作者，如何大膽釋放「玩性」，引動個人敘事的動機；（三）創作者和觀眾，如何能靜心的反芻，回溯被自己所淡忘的創造本能。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>（一）深思攝影活動的本質；（二）生活攝影與藝術的對話；（三）拍照藝術的賞析入門：「挑選主體」、「考量和對象的距離」、「如何選擇有利的視點」、「掌控快門和決心的體悟」、「美學如何增益成像框取的效應」？</p> <p>（四）「紀錄攝影」面面觀；（五）攝影藝術與美術運動簡介；（六）特定攝影展的參訪與討論。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 4 </u> 小時</p>					

464866001	導演方法	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 本課程為「想像、敘事與互動」學程之進階創作課程。本課程之前端課程為「想像與書寫」。藉此規劃，本學程學生得於研究學期期間，由深入淺學習與體驗創作歷程，並磨練創作過程中所必須之藝術技藝。最終，學程學生得以此為基礎，進行個人之學位論文作品創作。</p> <p>(二) 以影像作品為主，但將同時包括文字、聲音、圖像、互動型式。最終作品將為多媒體型式作品，以多種不同媒體型式與版本，呈現一個故事的多種樣貌。除學期作品外，每週均有相當練習作業與閱讀，以確定學生對於專業創作的完整理解。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 基本靜態視覺語言學習</p> <p>(二) 基本動態視覺語言學習</p> <p>(三) 基本導演學學習</p> <p>(四) 基本製作學學習</p>				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464924001	品牌行銷專題研究	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 理解並能應用品牌行銷相關理論</p> <p>(二) 利用整合行銷傳播理論發展國際競爭品牌</p> <p>(三) 利用故事行銷發展品牌個性。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>1. Brands & Brands Management 2. Brands Positioning & Values</p> <p>3. Customer-based Brand Equity 4. Choose Brand Elements</p> <p>5. Marketing Strategy to Brand Equity 6. Marketing Programs to Brand Equity</p> <p>7. Mid-Term Exam 8. IMC to Build Brand Equity</p> <p>9. Secondary Brand Knowledge to Brand Equity</p> <p>10. Measurement on Brand Equity 11. Measuring Sources of Brand Equity</p> <p>12. Implementing Brand Strategies 13. Brand Extensions</p> <p>14. Brands Management</p>				
預估每周課外學習時間 <u>2</u> 小時					

464931001	文化產業與勞動	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	課程內容包含文化產業特性與工作者面臨的處境等。透過課程讀本與現象討論，希望提供同學對文化產業與工作者的社會學認識與分析能力。本學期內容聚焦兩個主題：「新科技」與「全球化」下的文化產業與勞動。				
課程大綱 Course Description	(一) 文化工業與批判理論；(二) 文化產業分析；(三) 文化勞動分工； (四) 新科技與文化勞動；(五) 位勞動；(六) 工作者； (七) 文化場域；(八) 文化商品流通；(九) 全球化與文化勞動； (十) 政策與文化場域；(十一) 影視工作者				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464937001	專業實習	選修	上學期	1 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 將學校課堂裡，所學到的知識，有機會運用到實際的媒介環境中。 (二) 可從瞭解傳播就業市場的層面切入，藉由模擬求職的方式，爭取實習機會，以進入專業工作的領域中，學習實務的工作經驗，進而將所學應用於現實，亦即理論結合實務的具體實踐。 (三) 體驗科技在傳播上之運用和工作之中的人際關係。再者，亦可以學習團體、個人之工作倫理，並獲得寶貴的工作經驗。 (四) 經由實習的過程，學習到許多現實社會中工作的經驗，有助於走向未來的就業市場，開展個人職涯；此外，對於尚未確定將來的目標或就業方向的學生，經由實習的過程，也可透過實習所得的寶貴經驗和方法來探知未來個人的職涯規劃。				
課程大綱 Course Description	依各實習單位規定之。				
預估總學習時間 <u>150</u> 小時					

464939001	跨文化傳播專題	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 與同學一起觀察和分享全球化與文化的關聯；</p> <p>(二) 與同學一起觀察和審視媒體與全球化的互動；</p> <p>(三) 與同學一起思考人、媒體、以及跨文化行銷推廣的全球化應用整合；</p> <p>(四) 與同學一起關懷並認識弱勢團體，同時介紹相關跨文化傳播理論、全球化與網路空間、族群跨文化傳播與溝通、跨文化觀點的家庭傳播、全球化與社區傳播、全球化與文化價值觀、全球化與家庭傳播、跨文化傳播與文創產業的影響等議題。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 全球化與文化傳播</p> <p>(二) 數位時代跨文化傳播</p> <p>(三) 跨文化觀點的家庭傳播</p> <p>(四) 社群與文化傳播</p> <p>(五) 族群與跨文化溝通</p> <p>(六) 多元文化與傳播</p> <p>(七) 跨文化傳播與文創產業</p> <p>(八) 跨文化傳播與文化接近性</p> <p>(九) 跨文化傳播與敘事</p> <p>(十) 跨文化傳播案例</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時</p>					

464940001	新媒體資料分析	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>隨著資訊技術進步以及傳播媒體革新，如何處理其所帶來巨量資料將是一大挑戰。本課程主要聚焦以下項目：(一) 新媒介的「Big Data」下有效資料探勘方法與相關概念；(二) 應用這些方法於資料分析上；(三) 如何進行相關學術研究及其整個流程；(四) 與傳播領域的研究題目相互結合。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>Big Data 處理上的有效資料探勘方法相關概念：K-means 資料分群法、決策樹資料探勘、其他方法。應用這些資料探勘方法於所欲分析的資料上：研究架構的確定、特徵欄位的選定、資料的初步量化處理。進行相關學術研究：文獻研讀、實例模擬、傳播相關個案。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

464946001	媒介社會學	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 以「歷史」與「再現」為主題。特別關注理論解釋的<u>時代與媒介</u>狀況。</p> <p>(二) 歷史部份以「媒介與社會改變」為主，介紹美日的<u>媒介文化史</u>研究。再現部分以後現代的媒體社會現象理論為主。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 討論印刷、攝影、廣播、電視等大眾傳播科技的文化影響。</p> <p>(二) 理論與研究討論重點：感官知覺之型塑、擬像、去中心化、速度。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>10</u> 小時</p>					

464947001	當代大眾傳播問題	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 培養學生運用理論，認識與分析當前海內外重要傳媒議題的能力，進而探索其歷史根源。</p> <p>(二) 增進學生的媒體素養、參與社會/媒體興革的認知與能力，並在認知本地傳媒及其運作環境後，掌握新聞傳播工作的價值。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 探討「當代與歷史、世界與台灣」的連結，並釐清「中國因素」與台灣傳媒的實然與應然關係。</p> <p>(二) 台灣作為「發展型（威權）國家」歷經民主轉型所凸顯的媒體特徵及其評價。</p> <p>(三) 英美韓及拉丁美洲當前重要傳媒現象或議題的介紹與討論。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

464949001	內容分析	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	內容分析 (content analysis) 旨在探討如何分析傳播內容的方法和內容分析研究報告的評估過程。由於社會科學研究的發展，內容分析早已超越傳統的內容分析法，本課程的內容將傳統的內容分析法和晚近發展出來的文本分析(textual analysis) 和論域分析 (discourse analysis) 都包括在內，內容分析研究的原來可以達成推論，本課程也試圖從分析內容的結果推論至閱聽人效果的途徑。				
課程大綱 Course Description	課程主題主要是：就傳統內容分析之部份來說，(一)內容分析的起源、使用、歷史、類目建構、抽樣、編碼、信度檢驗、分析和解釋等課題，尤其是類目建構和編碼過程，和評估傳統內容分析研究報告的方法；(二)語言與開放式問卷的內容分析；(三)從分析內容的結果推論至閱聽人效果的途徑，以議題設定理論、知溝模式等應用；(四)電腦與統計在傳播內容分析上的應用；(五)文本分析，重點在於記號學的理论與使用；(六)評估文本分析法應用的研究報告；(七)論域分析法的理論與使用；以及(八)評估論域分析法應用的研究報告。				
預估每周課外學習時間 <u> 6 </u> 小時					

下學期

464863001	傳播與文化專題：跨領域視野	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 本課程為「傳播與文化專業」第一門核心課程，課程目標在使同學透過閱讀與討論文獻，領略跨領域研究可能需要的理論背景及邏輯思辯。</p> <p>(二) 由於每位同學的先備知識不同，因此本課程以人類學中與傳播有關的理論文獻為基礎，希望同學從媒體在不同文化的深描與人類學實踐分析，習得民族誌與觀察研究法的技藝。本研究將透過演講、活動、工作坊等，讓同學有機會練習實作跨領域研究。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>本課程區分為四個主要區塊，包括：</p> <p>(一) 數位媒體的人類學研究；(二) 傳播媒體在不同文化中的現象與人類學研究；(三) 使用者經驗設計的人類學與相關文化現象研究；(四) 民族誌影片賞析</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

464854001	兩岸三地傳媒	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>探討兩岸三地傳媒的過去、現在與未來，從意識型態、結構與運作層面分析臺灣、香港與大陸傳媒的變遷和異同，以及三地傳媒間的互動和展望。講課與討論以中文進行，閱讀及參考文獻則中英並重，作業與學期報告中英皆可。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 傳媒與政治的關係；(二) 兩岸三地大事記 一、1949 年前兩岸三地的傳媒：藕斷絲連；(三) 中國大陸：傳媒東來、去塞求同、啓迪民智、自由斷續 香港：英國殖民地：延伸的戰場 台灣：日本殖民地 二、分道揚鑣的兩岸三地的傳媒：藕斷絲亂；(四) 中國大陸：一黨專政、嚴密管控；(五) 香港：英國的殖民地—三分天下：宣共、市共、反共；(六) 台灣：大中華的權威：教化、反共 三、改革開放中的兩岸三地的傳媒：藕斷再連；(七) 中國大陸：撥亂反正、政經上路 4.20 香港：英國的殖民地—開始過渡；(八) 台灣：走出幽微，除掉枷鎖 四、剪不斷、理還亂的兩岸三地的傳媒；(九) 中國大陸：管控縮小、政經分離；(十) 香港：回歸中國帶來的新挑戰—一國兩制(治)；(十一) 台灣：民主化、自由化、娛樂化：商業掛帥、多元凌亂 五、統獨糾結下的兩岸三地傳媒；(十二) 中國大陸：做大做強、寓宣於樂、鬆緊互用；(十三) 香港：回歸中國帶來的新挑戰：一國如何二制；(十四) 台灣：有顏色、缺視野的傳媒；(十五) 地緣政治下的傳媒：一國二制？一國多制？</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

464856001	設計未來傳播	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 掃瞄和盤點傳播變化之趨勢。</p> <p>(二) 掌握觀測趨勢、設計未來之工具箱。</p> <p>(三) 培養設計未來傳播工具、專業、活動之能力。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 閱讀和評述有關傳播趨勢之資料，分析架構和現象兩部分。</p> <p>(二) 提出設計案，設計未來十年至十五年間最可能出現之傳播媒介、產業和活動。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464858001	廣告效果研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>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。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>導論：廣告、公關與傳播研究</p> <p>研究架構（一） 內容：題目發想</p> <p>研究架構（二） 內容：變項與變項關係、論文寫作格式</p> <p>研究設計（一） 內容：資料蒐集、抽樣</p> <p>研究設計（二） 內容：變項測量</p> <p>傳播效果評估（一） 內容：效果評估方法</p> <p>傳播效果評估（二） 內容：效果指標、電視收視率調查</p> <p>學生論文計畫報告 內容：題目發想與方法說明</p> <p>調查法 內容：調查方法、訪問方式之選擇</p> <p>內容分析法 內容：研究程序、目與測量標尺之建構</p> <p>焦點團體訪談 內容：執行方法、報告撰寫</p> <p>德菲法 內容：方法選擇、問卷設計</p> <p>深度訪談法 內容：執行方法、報告撰寫</p> <p>文本分析 內容：研究取徑、文本分析的思考</p> <p>個案研究 內容：個案選擇、資料蒐集與分析方法</p>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464865001	新聞資訊與實踐	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課程為傳播碩新聞資訊專業的核心課程。本課程將從專家知識角度切入，分析各種新聞知識的相關理論，並探討新聞工作者如何實踐。學生透過閱讀、導讀、討論和撰寫報告，貼近這個領域的知識。				
課程大綱 Course Description	本學期課程共分為五個部分，依循兩道軸線：工作類型（包括資料蒐集和查證，以及訪問）和情境類型（包括人際行動和時間結構）。每個部分教學活動，除基礎文獻閱讀之外，還有研究資料分析（使用既有訪談資料進行分析），以及專家分享（和新聞工作者的現場互動）。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464875001	媒介組織經營管理	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程之主旨，在於藉助系統理論之思維，運用策略管理之理論與知能，探析當代電子媒介經營管理之相關觀念原理、法則、知識與技巧，分析挑戰與問題，進而探討可能解決之道。其目的在使學習者能在面對當前匯流情境，以及激烈競爭之電子媒介市場時，得以掌握產業發展脈絡與洞悉其營運企圖，知曉其內涵之意理與作為，進而將學理與知能融會貫通，而能為己身所用。是故，本課程之具體學習目的包含：（一）掌握系統理論與建構系統思維；（二）知曉策略管理與應用；（三）確知當代媒介經理人之角色、職能與挑戰；（四）明瞭當前電子媒介經營管理之重要策略。				
課程大綱 Course Description	本課程之開展，實奠基於系統思維與法則，靈活思謀以策略管理為核心意理與理論基礎，進而從當代知識管理來探析媒介應有的核心能力（core competence），以及如何建構此競爭優勢。故本課程相關之重要主題包括：系統理論、策略管理、競爭策略之觀念、思維、理論與知識，及經理人角色、職能與職責，推展至知識管理、品牌管理與整合行銷傳播等事業策略之觀念、理論與知識、技巧。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464877001	環境與健康風險傳播	選修	下學期	3學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	以關懷與現代社會息息相關的環境與健康風險議題作為出發點，希望從跨領域視角，理解、正視、善用、與反思傳播（包括大眾媒體）在面對健康與環境風險議題與爭議時的角色，並重思風險、社會、與公眾間的關係。				
課程大綱 Course Description	（一）課程結構安排主要包括：風險論述與風險傳播、環境傳播/報導論述與重要問題探討、以及健康傳播/報導論述與重要問題探討。 （二）所囊括的個案將從當今兼具在地與全球高度風險爭議的議題著手，包括氣候變遷、能源問題、傳染病與疫苗、基因科技、及各類的食安議題等。				
預估每周課外學習時間 <u>5-6</u> 小時					

464879001	大陸傳播生態與制度	選修	下學期	3學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	大陸傳媒有其特殊價值鏈和生態體系，有其體系制度發展的歷史和環境因素，本課將涵蓋中國大陸傳播媒體、新媒體的體制、市場、科技、傳播內容、和閱聽眾。課程目標有： （一）瞭解大陸傳媒的發展史和生態體系。 （二）認識大陸傳媒環境與新媒體特色 （三）熟悉大陸傳媒政策與法規 （四）兩岸傳播媒體政策變遷、影響與競合				
課程大綱 Course Description	（一）大陸傳媒歷史發展與傳媒生態體系 （二）大陸報業與新聞發展 （三）大陸廣播電視產業發展與特色 （四）大陸網路媒體發展與網路治理 （五）大陸傳媒的集團化和商業化 （六）大陸「互聯網+」發展政策 （七）大陸傳媒的政經控制：政策與法規 （八）兩岸傳媒競合與政策變遷				
預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時					

464888001	媒介經濟學	選修	下學期	3學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 了解個體經濟學、產業經濟學與創新商業模式的基本理論 (二) 透過相關經濟學概念分析媒體產業問題與個案分析 (三) 具備媒體產業政策建議與解決問題能力				
課程大綱 Course Description	(一) 消費者需求與偏好 (二) 媒介內容生產成本特性 (三) 市場結構：競爭、寡占與獨占 (四) 併購、壟斷、集中度計算與反托拉斯法 (五) 創新與商業模式 (六) 廣告、大數據與定價策略 (七) 兩岸、全球化與跨國媒體				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

464892001	廣電專題研究—班雅明	選修	下學期	3學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	(一) 閱讀班雅明的著作。 (二) 理解班雅明與他所處的時代精神之間的關連。 (三) 詮釋班雅明思想在當下此刻的意義。 (四) 延伸班雅明研究至影像文本的解析。				
課程大綱 Course Description	(一) 機械複製時代的藝術作品 (二) 攝影小史 (三) 柏林童年 (四) 發達資本主義時代的抒情詩人 (五) 單行道 (六) 莫斯科日記 (七) 「班雅明看台北」影像創作計畫				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464893001	創意溝通專題：美術攝影創作	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課程歡迎有意願經由拍照習作過程，進行攝影創作、深化個人影像賞析，與建立相關論述能力的同學選修。這不是一門只聽講及閱讀文本的課，全學期有三次全班作品檢討，並由老師、助教帶領作品和報告的討論，修課同學必須在學期末完成至少一組足以參加全國性攝影比賽的作品。這門課並沒有攝影器材、技術的門檻，反較著重選課同學對影像創作的熱情和毅力。				
課程大綱 Course Description	(一) 創作課程：正選生首次作品討論； (二) 創作專講：風格 1 ； (三) 小組個別作品指導； (四) 風格閱讀、影像專題討論 1 ； (五) 第一次全班作品呈現與研討； (六) 創作專講：風格 2 ； (七) 小組個別作品指導； (八) 外拍創作實踐； (九) 風格閱讀、影像專題討論 2 ； (十) 第二次全班作品呈現與研討； (十一) 創作專講：風格 3 ； (十二) 創作專講：風格 4 ； (十三) 風格閱讀、影像專題討論 3 ； (十四) 小組個別作品指導； (十五) 末全班作品呈現； (十六) 期末全班作品檢討				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464894001	廣告策略與管理講座	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	使學習者充分瞭解整個廣告媒體生態與運作。				
課程大綱 Course Description	(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。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464898001	奧美實境秀－大咖來上課	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>IKEA、孔雀餅乾、全聯福利中心、遠傳、國泰金控...過去、現在、未來...奧美廣告如何保持能量產出一個又一個成功案例、不間斷創造正面影響力？大衛奧格威先生的庇佑？紅色招牌的風水好？單純運氣好？還是有什麼獨門秘方？也許都是！也許都不是！</p> <p>無論你想在未來廣告界有一席之地，還是想來嗆聲踢館，我們都歡迎你來參加史上絕無僅有的「奧美廣告實境秀，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（並帶領一群年輕貌美、體魄矯健的奧美尖兵），絕不藏私的掏出壓箱寶，讓你親身體會與學習奧美的工作方法、態度。</p>				
課程大綱 Course Description	課程內容包含：業務基本功、洞察策略、大創意、數位整合等。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464899001	電通安吉斯講堂：新行銷世代下的媒體創新	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	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。				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 從數字了解消費者：挖掘消費者洞察</p> <p>(二) 媒體企劃工具介紹與應用：尼爾森、創市際與口碑監測工具</p> <p>(三) 媒體環境介紹與購買流程：新形態的傳統媒體</p> <p>(四) 媒體環境介紹與購買流程：家外媒體 3.0</p> <p>(五) 媒體環境介紹與購買流程：數位媒體</p> <p>(六) 內容 – 讓你花錢心甘情願理直氣壯</p> <p>(七) 媒體環境介紹與購買流程：績效行銷</p> <p>(八) 媒代實務面對面</p> <p>(九) 電通安吉斯媒體企劃案例分享 與 期末報告 Q&A</p>				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464901001	媒介賽局專題	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 了解賽局理論基本觀念</p> <p>(二) 從賽局經典案例，思考媒介困境個案</p> <p>(三) 應用賽局理論分析媒介互動策略，尋找雙贏可能</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 賽局分類、要件與基本概念</p> <p>(二) 經典賽局案例介紹</p> <p>(三) 完全訊息、同時行動與依序賽局</p> <p>(四) 三人與多人賽局</p> <p>(五) 合作賽局與條件</p> <p>(六) 不完全訊息、同時行動與依序賽局</p> <p>(七) 混策、重複與無限多次賽局</p> <p>(八) 不對稱訊息與賽局實驗</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

464903001	海量資料研究專題	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>本課程的目的，是協助研究生瞭解、進行有關海量資料在傳播方面之學術或應用研究，同時觀察海量資料問題所引發新的傳播研究議題的趨勢、以及可能從事的創新研究或應用方向。本課程鎖定三大類研究主題進行 Big Data 相關研究之探討：「新聞資訊」、「行銷與消費者研究」、「社群網絡」(但不限)。起點是研讀並討論這三類主題近來的相關期刊文獻，觀摩學者的研究動機、研究架構、研究方法、研究成果，從中獲得設定學術研究之題目以及解題的概念與技巧，並且反思延伸題目打造自己有興趣的新研究主題之可能性。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>課程分為三個階段：</p> <p>(一) 期刊文獻導讀與討論；</p> <p>(二) 研究主題與研究方法的選擇；</p> <p>(三) 嘗試提出並進行個人的相關研究。最終目標是希望使同學獲得從事相關學術研究的概念經驗與知識，從而在個人的研究領域發掘新題目，或者延伸此經驗、知識來擴展既有的研究主題，並且在課程結束之後，有能力開始從事與海量資料相關的個人學術研究。</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 5 </u> 小時					

464904001	財經新聞採寫與製作	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	以新聞實務而言，財經新聞的主題包括廣泛，舉凡總體經濟、國際金融、投資市場、個人金融、保險與稅務等等。記者需懂得看財務報表，經濟數據，且有豐富的背景知識，包括產業、經濟與理財工具，並寫作深入淺出的文章。更進一步來說，財經不只跟投資有關，政府財政、預算分配等，舉凡涉及公共利益的資金運用，具體數據，都是財經記者可發揮的領域。本課程帶領同學解讀財經新聞，進行採訪寫作，並希望培養從資料與數據挖掘分析新聞的能力。				
課程大綱 Course Description	由於同學多半對財經新聞相當陌生，本課程將以循序漸進方式，引導同學從閱讀新聞開始，了解財經知識，進而能夠掌握財經新聞寫作要領。因此本課程主要分四大部分： (一) 閱讀財經新聞 (二) 短篇寫作練習 (三) 資訊視覺化 (四) 專題計畫執行				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464906001	報導文學	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	一般新聞稿受實證典範影響，標榜客觀公正，文體機械呆板，多敘事，少寫景，從來忌諱報導感情，但感情實存於人世，且是人生的重要內容，不處理，如何寫實？本課訓練以文學筆法寫報導，以能講感人的專題長故事為目標。				
課程大綱 Course Description	先閱讀與討論歷來「報導文學」佳作，摸索文體特徵，學用其特異功能。 期中選題提報導計畫，經指導修訂後，準備實作。 期中之後教師開始歸納講授文體各種要素與寫作心法。 期末須獨力完成作品一篇，永留傳圖供後輩觀摩。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464907001	廣電新聞學	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課程的目的，是幫助學生以理論為根基瞭解電視新聞製作流程與內容，學生能製作新聞並有系統地評論電視新聞，從中發展自己的研究領域與興趣，未來成為前線工作的電視記者，可立即上手且對自己的製作流程不斷反思，不砸政大傳院的招牌。				
課程大綱 Course Description	本課程「廣電新聞學」以電視新聞為主軸，給大學時期未能修習電視新聞的同學，瞭解新聞產製流程並能實際製作新聞；並給在大學時期已修習過的同學，提供研究所階段的理論精進機會，進一步研究分析製作流程與內容。本課程分為四大部分：第一部份將從認識記者的工作著手，包括蒐集資料，採訪，報導，播出等環節，認識其中所牽涉的理論與實務運作，瞭解當前記者的作為，學生將被安排至媒體參與觀察一日。第二部分，則是以新聞播出的類型為討論主題，包括政治，財經與科技，社會，民生，突發新聞與 SNG 等大項，討論目前這些新聞類別的趨勢與問題。第三部分則是探究前述兩部分問題的肇因與可能產生的影響，與電視新聞研究取徑介紹。第四部分則是新聞與創傷、災難的相關研究。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464909001	互動科技：媒材感知與設計	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課程著重互動設計中，由 MIT 媒體實驗室石井裕博士所提出實體互動介面 (Tangible User Interface) 為基準，將虛擬資訊藉由實體物件操作，結合使用者的行為，將數位世界與現實世界整合，讓學生們藉由跳脫傳統電腦操作介面，發揮創意發展不一樣的操作媒材，創造更為方便了解空間資訊的創意物件。				
課程大綱 Course Description	從數位學習→整合性設計思考→創意方法→服務科學服務設計→創新媒材互動應用，為本專題課程規劃的願景實踐。本課程計畫預期目標成果如下： (一) 多元創意發展：利用設計思考與創意、創新教材工具，促進團隊溝通 (二) 科技運用：運用感測技術，有效地進行數位內容設計整合與操作 (三) 導入服務科學理論，透過服務設計與設計思考方法創造互動體驗：藉由互動機制結合科技與人文，呈現方式不僅能創造出嶄新的資訊流通型態，更可透過動態表現增進資訊使用上的理解力與感受力。 (四) 期末成果採主題聚焦，期能產生一系列、較精緻的作品或 proposal。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464913001	文化創意產業發展策略與實例	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	使學習者瞭解台灣與世界主要國家的文創產業發展與發展策略。				
課程大綱 Course Description	(一) 認識台灣及世界主要國家的文化政策及文化環境 (二) 文化空間 (三) 表演藝術 (四) 視覺藝術 (五) 文化服務 (六) 文化產出				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464917001	專題－短片編劇與賞析	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 短片的欣賞和解析力和同理心的培養 (二) 短片的編劇以至少完成一部 15 分鐘長度短片劇本為主				
課程大綱 Course Description	(一) 短片欣賞討論與解析 (二) 每週心靈日記交流 (三) 漸進步驟短片劇本研討撰寫				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464918001	閱聽人與媒介市場	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程目標在從關懷數位傳播時代的「人」和「資訊社會媒體文化」為出發點，引導同學認識閱聽人的定位與訊息內容的關係，同時介紹行動平台與社群網站閱聽訊息，行動媒體規劃與影響、相關閱聽人分析流派、影音訊息測試方式、新興媒體形式如電玩、線上遊戲對使用者的影響、以及收視聽率和網路點閱的測量方式等；並引發同學思考及關心台灣地區的數位傳播生態現況，提出討論和前瞻方向。				
課程大綱 Course Description	(一) 資訊社會與閱聽人 (二) 訊息接收與體驗 (三) 行動訊息設計與使用 (四) 社群與傳播媒體 (五) 社群與公民參與 (六) 社交媒體與資訊分享 (七) 資訊社會閱聽分析 (八) 影音研究設計應用 (九) 媒體結構與訊息變革				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464921001	台灣電通講堂：新廣告實戰解密	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	認識台灣電通及最新廣告作業流程。				
課程大綱 Course Description	(一) 電通品牌模型 (二) 台灣電通 (三) 有感的溝通策略開發—行銷傳播策略思考 (四) 有感的溝通策略開發—Target Insight (Workshop) (五) 有感的溝通策略開發—Message Design & Idea Creation (Workshop) (六) What to Say 到 How to Say 從 Product Concept 到 Creative Concept (七) 視覺與生活 & 文字與生活 (八) My 創意觀 (九) 溝通新思維 (十) 數位行銷大趨勢 & 數位媒體環境 (十一) 社群行銷 & digital				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464925001	整合行銷傳播	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	The course is developed with three objectives in mind, including: help students understand the key concepts of IMC such as brand, marketing communication tools, touch points, tool/device/media/message integration, and synergy; help students learn contemporary theories and literatures in the field of IMC; and help students learn the way to critically evaluate an IMC campaign through an IMC audit project.				
課程大綱 Course Description	IMC: Overview IMC: Communication Over Time—Brand and Advertising Equity Globally Integrated Marketing Communication (GIMC) and Integrated Internal Marketing Communication (IIMC) IMC Audit: Process Audit + Output Audit Tool Integration Device Integration Media Integration IMC and Media Multitasking Message Integration				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464926001	傳播心理學	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	這堂課從隱喻、體現認知的研究取徑剖析「意義」，探討日常的溝通、抽象的思考、創意的想像如何植基於我們與環境的互動。				
課程大綱 Course Description	課程規劃從「類目」(categorization)、「框架」(framing)、「隱喻框架」(metaphorical framing)「概念融合」(conceptual blends)等心智運作原理，逐步建構意義與思考之間的脈絡。經由「體現」(embodiment)、「體現認知」(embodied cognition)的理論，論述隱喻性思考如何根植於身體與環境的互動。此一系列由淺至深的概念及論述引領我們以不同的取徑探索人類的心靈、身體與環境的交織，及其如何衍生出我們的認知、語言、溝通、文化等等層面。				
預估每周課外學習時間 <u>6-8</u> 小時					

464929001	傳播政治經濟學	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 探索 (傳播) 政治經濟學及 (市場) 社會主義的論述及其實踐在中國與在西方的發展歷程之遲速、異同與原因。</p> <p>(二) 探索中國與西方等相關國家的傳媒體制之歷史演變，評估其傳媒的當代政經與文化內涵的意義。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 研讀《論市場社會主義》、〈傳播與市場社會主義〉等文獻。</p> <p>(二) 探討公共服務媒體、新媒體 (從手機到 OTT) 及《傳媒、市場與民主》對中國傳媒的意義。</p> <p>(三) 選讀《傳媒的四種理論》、《比較媒介體制》、<i>Communication in China</i>, 或 <i>Comparing Media Systems beyond the Western World</i>.</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時</p>					

464932001	言說分析	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 學習言說分析的認識論與本體論</p> <p>(二) 學習言說分析取徑與實做</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 言說分析的認識論、本體論</p> <p>(二) 言說分析的立與破</p> <p>(三) 言說分析三大主題：階級、認同、性別</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

464934001	性別與傳播科技	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 討論新媒體作為科技。從基礎的性／別和科技理論切入，探討傳播科技性別化的理論基礎。</p> <p>(二) 從新媒體作為再現切入，自性別歧視的再現，至酷兒和後女性主義式的再現。這部分的課程將批判的討論新媒體時代性別再現的重要特質。</p> <p>(三) 探討新媒體作為互動環境，討論傳播科技中介的環境，催生怎樣的性、性別與親密關係互動文化與權力關係。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 網路女性主義</p> <p>(二) 女性主義與女性主義認識論</p> <p>(三) 性/別與科技理論</p> <p>(四) 馴化與空間</p> <p>(五) 後女性主義與社群媒體</p> <p>(六) 同志情慾再現與社群媒體</p> <p>(七) 性，性別與線上互動</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

464935001	想像與書寫	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>「想像、敘事與互動學程」提供同學們各種創意與創作之知能訓練。作為這個學程的核心課程(另一為導演方法)，「想像與書寫」主要提供同學們，關於想像與敘事所應有的基礎概念與方法。雖然最終，我們或許領悟，敘事(說故事)這個行當，並沒有一定的原則，因此也沒有絕對或標準的知識可以傳授，但我們仍然試著提供可能有效的想故事和說故事的系統性方法，或者至少是一種有系統、可依循的探索過程，以協助同學們創作。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 鼓勵同學開發本能之視、聽、觸、嗅、味、綜合感，全面體驗身在之世界，並從理性的歸納、演繹，或非理性的夢、潛意識、記憶、直觀、靈光一現之中，捕捉自己對人事物的感受，組織成自己對世界的想像，尋找出一個故事需要的所有素材；(二) 提供有系統的敘事方法或表述的技藝，幫助同學整理書寫與創作工具，整理自己的故事素材，並以有效的敘事方式再現之，使其讀者、觀眾、聽眾都能為之感動。簡單地說，這門課希望能幫助同學更好於觀察與想像、並善於表達自己之所想。我們希望，大學的課堂，一如中世紀江南的茶園或歐陸的荒原，總會出現幾位令人著迷的說書人或吟遊詩人。</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 6 </u> 小時					

陸、學生修業規劃及課程檢核表

系所年級：		學號：		姓名：		
聯絡電話：		e-mail：				
欲選修之專業		專業一：		專業二：		
請簡述修習該專業理由 (若欄位不夠，可自行加 A4 裝訂於後，一頁為限)						
科目類別(學分)		修習課程名稱(學分)	修習學期	修習課程名稱(學分)	修習學期	
必修科目(1)		傳播導論(1)				
基礎科目(6)		傳播理論(3)		研究方法(3)		
核心科目(6)						
專題科目(10-18)						
院外、校際選課、交換、自由選修科目(0-8)						
總學分數(31)		共 學分				
學業導師 意見及簽 名	1051	1052	1061	1062	1071	1072
畢業專業檢核 承辦人簽章				檢核日期	年 月 日	

政治大學傳播學院碩士班研究生個人資料表

填表日期： 年 月 日

姓 名		學號		2 吋照片		
出生日期		性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女			
通訊地址						
電子信箱		手機				
		主修科系		學位	畢業年月	
					年 月	
					年 月	
行政導師 簽名欄	本人推薦_____老師擔任學業導師。簽名：_____					
學業導師 簽名欄	1051		1061		1071	
	1052		1062		1072	
學期平均成績	1051		1061		1071	
	1052		1062		1072	
擔任課程助理	課程名稱		授課老師		期間	
擔任研究助理	計畫名稱		主持人		期間	
論文題目			指導教授			
			提報學期		學年度第 學期	

傳播學院博士班課程簡介

壹、教育目標

因應傳播科技之發展及全球化、數位化、媒體匯流之趨勢，且為符應國家社會對傳播學術研究及傳播產業實務人才之需求，本班教育目標及未來發展方向如下：

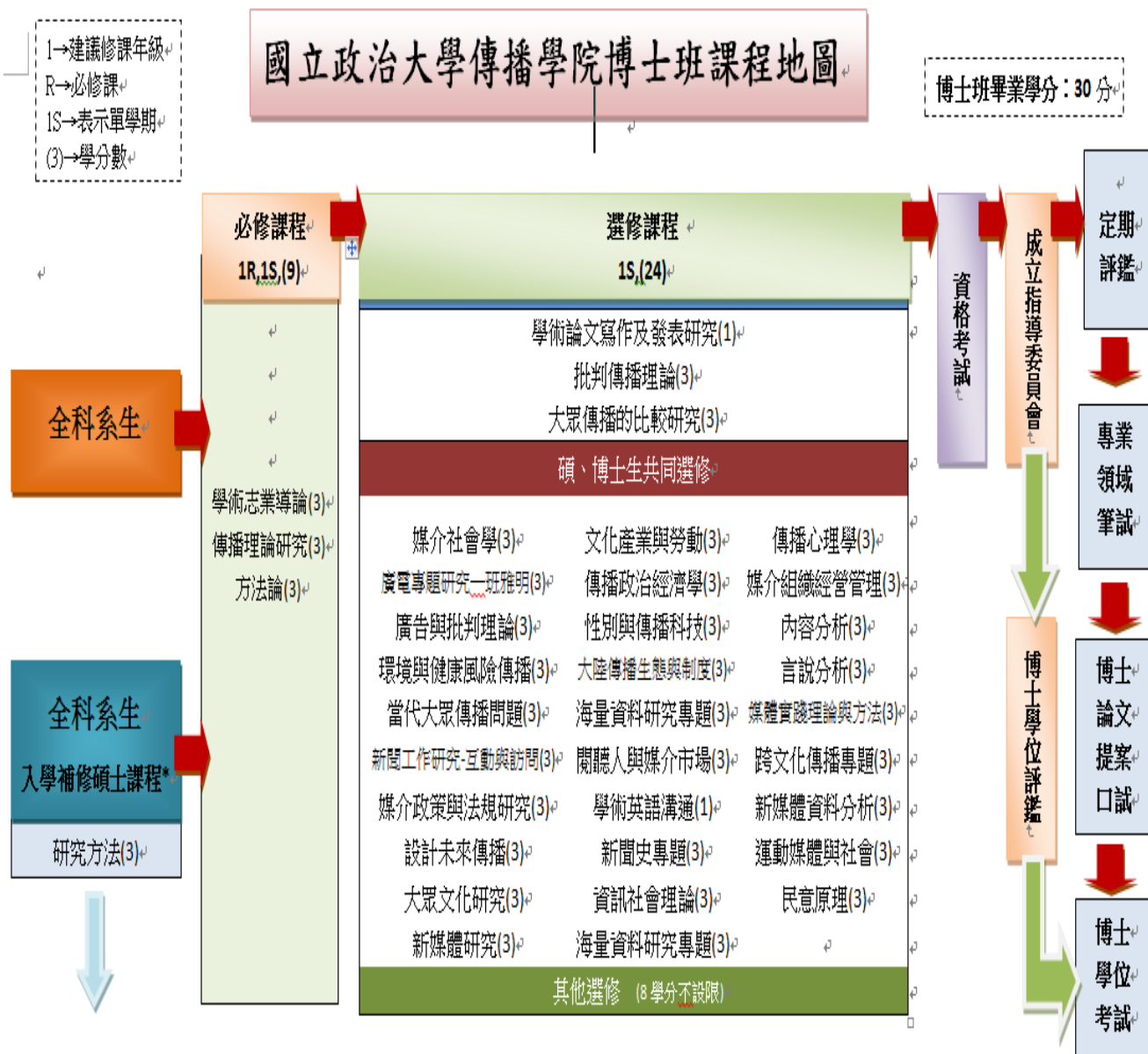
一、教育目標

傳播博士班目標在培養一群以傳播學術工作為終身志業的專家學者，一方面在傳承和拓展知識文明和價值，另一方面則透過社會實踐，成為社會中的中堅知識份子。希望強化學生傳播領域之學術專業、培養學生成為具有抽象思考及綜合思辨之教學研究能力的學術人才。

二、未來發展方向

本院博士班所欲培養之人才至少應具備以下條件：（一）深厚的研究與創意思考能力。博士生是大學最高學制研究生，不僅應有研究熱忱，更當透過系統的、嚴謹的、踏實的、深入的訓練使之兼具研究能力、創意思考以及實踐能力。嚴格來說，社會科學各學門均具相當之實用性，傳播學門亦不例外，因而傳播學院的博士生不僅要有發現問題、解釋現象之能力，也應當有解決問題之潛能。（二）具備橫向流動能力，其一便是地域的橫向流動能力。為因應國際化挑戰，本院期能培育博士生國際公民意識與國際對話能力，使之具備國際學術／產業之競爭力。其二則是知識領域的橫向流動能力，期望本院博士生未來除投入大學知識殿堂擔任教席外，亦能投身於學術領域以外的知識產業、政府機構或第三部門從事研發／實踐工作，以因應國家社會對於高教人才之殷切需求。

貳、課程地圖



*博士生必修科目「傳播理論研究」及「方法論」，其先修課程如下：(先修課程不得列入畢業學分)

一、「傳播理論研究」：先修「傳播理論」；二、「方法論」：先修「研究方法」。

參、畢業門檻檢定及修業規定

畢業學分	30 學分
必修科目	9 學分 學術志業導論（3 學分）、傳播理論研究（3 學分）、方法論（3 學分）
選修科目	21 學分
修課特殊規定	<p>（一）博士生至少應修滿 30 學分方可畢業，其中本院科目不少於 20 學分。</p> <p>（二）研究生應於入學後一年內修畢必修科目。</p> <p>（三）博士班修習碩學合開課程，不予採認畢業學分；修習碩士班課程或語言課程，需經同意始得列入畢業學分。</p> <p>（四）博士生必修科目「傳播理論研究」及「方法論」先修課程如下：</p> <p>1、「傳播理論研究」：先修「傳播理論」；</p> <p>2、「方法論」：先修「研究方法」。</p> <p>（五）先修課程不得列入畢業學分。</p> <p>（六）博士生前兩年每學期修習學分數，不得少於 6 學分。</p>
資格檢定	<p>（一）資格考試：筆試考科一科，考試內容為傳播理論及研究方法。</p> <p>（二）定期評鑑：博士生應於確認指導教授後至完成專業領域筆試，取得候選人資格前，每學年舉行一次評鑑。</p> <p>（三）專業領域筆試：筆試考科一科，考試內容由指導委員會依照博士生學習領域決定。博士生應完成專業領域筆試，以取得候選人資格。</p> <p>（四）博士學位評鑑：評鑑應包括：著作出版能力、國際移動能力(3 項擇 1)、社群參與能力(3 項擇 1)。</p> <p>（五）博士論文提案口試：博士生於通過專業領域筆試及提報論文題目後，可隨時申請舉行博士論文提案口試。</p> <p>（六）博士學位考試：博士生於通過博士論文提案口試後之次學期起，方得提出學位考試之申請。</p>

肆、課程規劃

傳播博 上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
463003001	學術志業導論	必	3
463004001	方法論	必	3
463917001	社交與娛樂媒體	選	3
463919001	媒介政策與法規研究	選	3
463921001	跨文化傳播專題	選	3
463928001	廣告創意－洞察、體驗暨溝通	選	3
463937001	文化產業與勞動	選	3
463944001	新媒體資料分析	選	3
463945001	內容分析	選	3
463949001	當代大眾傳播問題	選	3
463950001	媒介社會學	選	3
傳播博 下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
463002001	傳播理論研究	必	3
463912001	傳播與社會專題：傳播說服、傳播心理與傳播效果	選	3

463913001	大眾傳播的比較研究	選	3
463914001	設計未來傳播	選	3
463926001	廣電專題研究—班雅明	選	3
463927001	大陸傳播生態與制度	選	3
463930001	媒介組織經營管理	選	3
463933001	環境與健康風險傳播	選	3
463935001	傳播政治經濟學	選	3
463938001	言說分析	選	3
463939001	性別與傳播科技	選	3
463940001	傳播心理學	選	3
463943001	學術英語溝通	選	1

註：實際上課時間以教務處公告為準

伍、課程總覽

上學期

463003001	學術志業導論	必修	上學期	3 學分	傳播博一
課程目標 Course Objectives	本課程為傳播學院博士班學生之入門課程，旨在協助學生針對其學習目標，順利適應、就讀本院博士班。具體而言，本課程目的有三：（一）認識本院教師，瞭解和傳播研究相關之資源；（二）透過參與學習的方式，認識傳播學院教師教學之基本策略與方法；（三）透過（一） & （二），發展自身之學術興趣，並據此規劃日後的志業和職涯。				
課程大綱 Course Description	<p>本課基於上述目標，規劃課堂討論和報告以及聆演演講：</p> <p>（一）課堂報告和討論：學生必須針對其研究旨趣，訪問兩位未來可能擔任自己指導教授的本院老師，進行資料蒐集和訪談，並在課堂上向老師和同學報告這位老師的研究背景和研究方向（詳附錄一）。此外，學生也必須前往兩位教師的課堂上旁聽，紀錄分析老師的教學方式和策略（教師名單可重複，也可不重複）。原則上，修課同學在本學期中總共報告四次（教師研究方向介紹兩次，教師教學策略兩次），每次約 15~20 分鐘，報告後當天下課前請繳交書面報告（詳附錄二）。</p> <p>（二）聆聽演講：修課期間，請同學自行選擇自己感興趣的學術座談、演講或討論五場，提出書面報告（期中考前至少先交兩篇，期末交三篇），上課時教師也會點名同學作口頭分享。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

463004001	方法論	必修	上學期	3 學分	傳播博一
課程目標 Course Objectives	依 Daniel Steel and Francesco Guala 所編讀本 <i>The Philosophy of Social Science Reader</i> (2011) 循章閱讀，並經課堂討論與期末報告撰寫，以訓練博士生用哲學之後設語言與邏輯分析，進行研究設計、因果命題、信度效度等社會科學方法議題的討論。				
課程大綱 Course Description	本課程依指定教本而設計，依次討論下列當今社會科學方法論的六大重要議題：價值、因果解釋、詮釋、理性選擇、方法論個人主義、及規範。每一議題花二週(約四篇論文)討論。				
預估每周課外學習時間 <u>9</u> 小時					

463917001	社交與娛樂媒體	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	The goals of the course are threefold: First, understand the seminal constructs in social media and digital games. In addition, be familiar with related research published in “flagship” journals including Journal of Communication, Communication Research, Human Communication Research. Mainstream journals dedicated to social media and digital games including Journal of Computer Mediated Communication, New Media and Society, Media Psychology, Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, and Computers in Human Behavior. 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. All students should be able to propose a clear- designed, well-argued research proposal at the end of the semester.				
課程大綱 Course Description	The seminar in Social and Entertainment Media will focus on the development of theories and research trends/topics in social media and digital game literature. Students will learn how these two streams of research originated and evolved in communication research. In addition, students will examine phenomena in these two popular media forms and their effects on human well-being, cognition, and emotions. Furthermore, we will look at how these two media outlets apply into different areas. The course will be consisted of 1/2 of social media literature and 1/2 of entertainment media research.				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

463919001	媒介政策與法規研究	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程旨在提供電子媒介政策與法規最重要與最精華的內容，希望同學能有系統的掌握本課程所設計的內容與指定閱讀範圍。本課程除了討論國際電子媒介政策與法規的基本原理，也會探討我國的相關電訊傳播法規與政策，並且讓修課學生有分析與應用電訊傳播法規的能力。				
課程大綱 Course Description	(一)電訊傳播法規制度與政策；(二)新聞自由與廣電自由；(三)電信與廣電法規的理論基礎；(四)結構法規；(五)內容法規；(六)廣告與置入型行銷；(七)媒體與誹謗；(八)媒體與隱私權的保護；(九)電訊法規；(十)新傳播科技、電腦網路的規範 (VOIP, OTT)、網路中立性；(十一)數位媒體與數位匯流法規。				
預估每周課外學習時間 <u>4.5</u> 小時 (碩士生)； <u>6</u> 小時 (博士生)					

463921001	跨文化傳播專題	選修	上學期	3學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一)與同學一起觀察和分享全球化與文化的關聯；</p> <p>(二)與同學一起觀察和審視媒體與全球化的互動；</p> <p>(三)與同學一起思考人、媒體、以及跨文化行銷推廣的全球化應用和整合；與同學一起關懷並認識弱勢團體，同時介紹相關跨文化傳播理論、全球化與網路空間、族群跨文化傳播與溝通、跨文化觀點的家庭傳播、全球化與社區傳播、全球化與文化價值觀、全球化與家庭傳播、跨文化傳播與文創產業的影響等議題。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一)全球化與文化傳播；(二)數位時代跨文化傳播；(三)跨文化觀點的家庭傳播；(四)社群與文化傳播；(五)族群與跨文化溝通；(六)多元文化與傳播；(七)跨文化傳播與文創產業；(八)跨文化傳播與文化接近性；(九)跨文化傳播與敘事；(十)跨文化傳播案例。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時</p>					

463928001	廣告創意－洞察、體驗暨溝通	選修	上學期	3學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一)使學生充分了解廣告創意思考方法與創意的操作模式與機制。</p> <p>(二)讓學生充分應用整合傳播中各項工具的組合與如何使用創意執行方法。</p> <p>(三)透過個案教學與討論，讓學習者充分掌握過去成功廣告創意的案例。</p> <p>(四)將各項策略行銷的理論運用於評量廣告創意案例中。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>面對新世代行銷觀念的突破與延續整合行銷的餘溫，在全球化商品入侵，各國文化疆域逐漸淡化的情況下，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。廣告創意於五〇年代受到 Doyle Dane Bernbach (DDB) 廣告公司創始人 Bill Bernbach 的影響，大談 Big Idea 的觀念，當時不僅業界都在談如何找到 Big Idea，甚至學校也都一窩蜂在抄襲業界的尋找 Big Idea 做法，嚴格來講，當時廣告理論尚未完備，實務界的模式成為課堂模仿的焦點；八〇年代電視媒體深入每一個家庭，製作廣告影片成為廣告人的夢想，許多大手筆的電視廣告逐漸取代平面媒體成為注目的焦點，各家廣告公司無不以製作大手筆的廣告自豪。九〇年代互動媒體逐漸興起，IMC 的觀念逐漸取代 4P，成為廣告公司的口頭禪，年輕一代豪放、不拘形式的廣告取代過去細膩的策略思考；進入 21 世紀後，Web2.0 逐漸讓大家認識，新一波的廣告手法逐漸形成。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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

463937001	文化產業與勞動	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	課程內容包含文化產業特性與工作者面臨的處境等。透過課程讀本與現象討論，希望提供同學對文化產業與工作者的社會學認識與分析能力。本學期內容聚焦兩個主題：「新科技」與「全球化」下的文化產業與勞動。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 文化工業與批判理論； (二) 文化產業分析； (三) 文化勞動分工； (四) 新科技與文化勞動； (五) 數位勞動； (六) 新聞工作者； (七) 文化場域； (八) 文化商品流通； (九) 全球化與文化勞動； (十) 政策與文化場域； (十一) 影視工作者。 				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

463944001	新媒體資料分析	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	隨著資訊技術進步以及傳播媒體革新，如何處理其所帶來巨量資料將是一大挑戰。本課程主要聚焦以下項目：(1)新媒介的「Big Data」下有效資料探勘方法與相關概念；(2)應用這些方法於資料分析上；(3)如何進行相關學術研究及其整個流程；(4)與傳播領域的研究題目相互結合。				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一)Big Data 處理上的有效資料探勘方法相關概念：K-means 資料分群法、決策樹資料探勘、其他方法。 (二)應用這些資料探勘方法於所欲分析的資料上：研究架構的確定、特徵欄位的選定、資料的初步量化處理。 (三)進行相關學術研究：文獻研讀、實例模擬、傳播相關個案。 				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

463945001	內容分析	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程旨在探討如何分析傳播內容和內容分析研究報告的評估過程。由於社會科學研究的發展，內容分析早已超越傳統的內容分析法，本課程的內容將傳統的內容分析法和晚近發展出來的文本分析（textual analysis）和論域分析（discourse analysis）都包括在內，內容分析研究的原來可以達成推論，本課程也試圖從分析內容的結果推論至閱聽人效果的途徑。				
課程大綱 Course Description	（一）內容分析的起源、使用、歷史、類目建構、抽樣、編碼、信度檢驗、分析和解釋等課題，尤其是類目建構和編碼過程，和評估傳統內容分析研究報告的方法；（二）語言與開放式問卷的內容分析；（三）從分析內容的結果推論至閱聽人效果的途徑，以議題設定理論、知溝模式等應用；（四）電腦與統計在傳播內容分析上的應用；（五）文本分析，重點在於記號學的理论與使用；（六）評估文本分析法應用的研究報告；（七）論域分析法的理論與使用；以及（八）評估論域分析法應用的研究報告。				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

463949001	當代大眾傳播問題	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	（一）培養學生運用理論，認識與分析當前海內外重要傳媒議題 的能力，進而探索其歷史根源。 （二）增進學生的媒體素養、參與社會/媒體興革的認知與能力，並在認知本地傳媒及其運作環境後，掌握新聞傳播工作的價值。				
課程大綱 Course Description	（一）探討「當代與歷史、世界與台灣」的連結，並釐清「中國因素」與台灣傳媒的實然與應然關係。 （二）台灣作為「發展型（威權）國家」歷經民主轉型所凸顯的媒體特徵及其評價。 （三） 英美韓及拉丁美洲當前重要傳媒現象或議題的介紹與討論。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

463950001	媒介社會學	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 以「歷史」與「再現」為主題。特別關注理論解釋的時代與媒介狀況。</p> <p>(二) 歷史部份以「媒介與社會改變」為主，介紹美日的媒介文化史研究。再現部分以後現代的媒體社會現象理論為主，</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 討論印刷、攝影、廣播、電視等大眾傳播科技的文化影響。</p> <p>(二) 理論與研究討論重點：感官知覺之型塑、擬像、去中心化、速度。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>10</u> 小時</p>					

下學期

463002001	傳播理論研究	必修	下學期	3 學分	傳播博一
課程目標 Course Objectives	<p>本課程之設計，立基於學習者對大學部與碩士班基本傳播理論有相當的熟悉程度，據此剖析當今傳播研究中的重要課題，並進一步審視包括傳播領域在內的社會科學理論發展與建構脈絡。為精準掌握當今國內外傳播研究趨勢與論述的發展，本課程涵蓋範圍包括歐、美、亞洲、華人（包括台灣地區）的傳播理論建構、研究發展情形、以及最新趨勢，希冀藉此培養與啟發學習者獨立思考、評析與批判傳播論述、與理論建構的能力，以奠定從事傳播研究的理論基礎。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>1. Conceptualizing and Building Theory ; 2. Disciplinary Status of Communication Research ; 3. Indigenization of Social Scientific Research (I), (II) ; 4. Communication Research in Asian and Chinese Community ; 5. Phenomenological Approach and Communication Research ; 6. Reexamining the Effects Research Traditions ; 7. Challenges from Cognitive/Psycho-physiological Approaches ; 8. Rethinking and Reconstructing Research on the 'Medium' ; 9. Research on Media Ecology ; 10. Rethinking and Reconstructing Research on the Media 'Content' ; 11. Rethinking and Reconstructing Research on the Audience ; 12. Anthropological/Ritualistic Approaches</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>12</u> 小時</p>					

463912001	傳播與社會專題：傳播說服、傳播心理與傳播效果	選修	下學期	3 學分	傳播博
課程目標 Course Objectives	透過課程的安排與討論，讓學生瞭解傳播實證研究的發展，主要理論脈絡與相關研究方法。並協助同學發展出相關主題的研究。				
課程大綱 Course Description	課程會涵蓋下列內容：Introduction（第 1 週）、Basic media effect processes（第 2-6 週）、Genres and information features（第 7-9 週）、Utilities and outcomes（第 10-11 週）、Media effects in applied areas（第 12-15 週）、Context（第 16-17 週）與 Final presentation（第 18 週）。每個主題下皆有不同次主題，會依照最新的理論發展與學生的興趣進行適度的調換。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

463913001	大眾傳播的比較研究	選修	下學期	3 學分	傳播博
課程目標 Course Objectives	<p>（一）透過跨學科的整合，以跨國研究為主，探討比較大眾傳播研究的有關理論、方法和分析的主要難題，例如為什麼做跨國研究，比較些什麼和如何做跨國比較等。</p> <p>（二）以當前實證研究為例，特別著重在新聞和廣告的跨國比較研究，梳理比較大眾傳播研究的相關文獻，并批判現有知識的宣稱和效度</p>				
課程大綱 Course Description	<p>（一）跨學科比較研究的經驗與教訓</p> <p>（二）比較研究的概念與理論問題</p> <p>（三）比較研究的策略與方法問題</p>				
預估每周課外學習時間 <u>9</u> 小時					

463914001	設計未來傳播	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	(一) 掃瞄和盤點傳播變化之趨勢。 (二) 掌握觀測趨勢、設計未來之工具箱。 (三) 培養設計未來傳播工具、專業、活動之能力。				
課程大綱 Course Description	(一) 閱讀和評述有關傳播趨勢之資料，分析架構和現象兩部分。 (二) 提出設計案，設計未來十年至十五年間最可能出現之傳播媒介、產業和活動。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

453888001	廣電專題研究—班雅明	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	(一) 閱讀班雅明的著作。 (二) 理解班雅明與他所處的時代精神之間的關連。 (三) 詮釋班雅明思想在當下此刻的意義。 (四) 延伸班雅明研究至影像文本的解析。				
課程大綱 Course Description	(一) 機械複製時代的藝術作品 (二) 攝影小史 (三) 柏林童年 (四) 發達資本主義時代的抒情詩人 (五) 單行道 (六) 莫斯科日記 (七) 「班雅明看台北」影像創作計畫				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

463927001	大陸傳播生態與制度	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	大陸傳媒有其特殊價值鏈和生態體系，有其體系制度發展的歷史和環境因素，本課將涵蓋中國大陸傳播媒體、新媒體的體制、市場、科技、傳播內容、和閱聽眾。課程目標有：了解大陸傳媒的發展史和生態體系、認識大陸傳媒環境與新媒體特色、熟悉大陸傳媒政策與法規、兩岸傳播媒體政策變遷、影響與競合				
課程大綱 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> (一) 大陸傳媒歷史發展與傳媒生態體系 (二) 大陸報業與新聞發展 (三) 大陸廣播電視產業發展與特色 (四) 大陸網路媒體發展與網路治理 (五) 大陸傳媒的集團化和商業化 (六) 大陸「互聯網+」發展政策 (七) 大陸傳媒的政經控制：政策與法規 (八) 兩岸傳媒競合與政策變遷 				
預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時					

463930001	媒介組織經營管理	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>本課程之主旨，在於藉助系統理論之思維，運用策略管理之理論與知能，探析當代電子媒介經營管理之相關觀念原理、法則、知識與技巧，分析挑戰與問題，進而探討可能解決之道。其目的在使學習者能在面對當前匯流情境，以及激烈競爭之電子媒介市場時，得以掌握產業發展脈絡與洞悉其營運企圖，知曉其內涵之意理與作為，進而將學理與知能融會貫通，而能為己身所用。是故，本課程之具體學習目的包含：</p> <ul style="list-style-type: none"> (一) 掌握系統理論與建構系統思維 (二) 知曉策略管理與應用 (三) 確知當代媒介經理人之角色、職能與挑戰 (四) 明瞭當前電子媒介經營管理之重要策略 				
課程大綱 Course Description	<p>本課程之開展，實奠基於系統思維與法則，靈活思謀以策略管理為核心意理與理論基礎，進而從當代知識管理來探析媒介應有的核心能力 (core competence)，以及如何建構此競爭優勢。故本課程相關之重要主題包括：系統理論、策略管理、競爭策略之觀念、思維、理論與知識，及經理人角色、職能與職責，推展至知識管理、品牌管理與整合行銷傳播等事業策略之觀念、理論與知識、技巧。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

463933001	環境與健康風險傳播	選修	下學期	3學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	以關懷與現代社會息息相關的環境與健康風險議題作為出發點，希望從跨領域視角，理解、正視、善用、與反思傳播（包括大眾媒體）在面對健康與環境風險議題與爭議時的角色，並重思風險、社會、與公眾間的關係。				
課程大綱 Course Description	課程結構安排主要包括：風險論述與風險傳播、環境傳播/報導論述與重要問題探討、以及健康傳播/報導論述與重要問題探討。 所囊括的個案將從當今兼具在地與全球高度風險爭議的議題著手，包括氣候變遷、能源問題、傳染病與疫苗、基因科技、及各類的食安議題等。				
預估每周課外學習時間 <u>5-6</u> 小時					

463935001	傳播政治經濟學	選修	下學期	3學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	（一）探索（傳播）政治經濟學及（市場）社會主義的論述及其實踐在中國與在西方的發展歷程之遲速、異同與原因。 （二）探索中國與西方等相關國家的傳媒體制之歷史演變，評估其傳媒的當代政經與文化內涵的意義。				
課程大綱 Course Description	（一）研讀《論市場社會主義》、〈傳播與市場社會主義〉等文獻。 （二）探討公共服務媒體、新媒體（從手機到OTT）及《傳媒、市場與民主》對中國傳媒的意義。 （三）選讀《傳媒的四種理論》、《比較媒介體制》、Communication in China, 或 Comparing Media Systems beyond the Western World.				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

463938001	言說分析	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 學習言說分析的認識論與本體論</p> <p>(二) 學習言說分析取徑與實作</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 言說分析的認識論、本體論</p> <p>(二) 言說分析的立與破</p> <p>(三) 言說分析三大主題：階級、認同、性別</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

463939001	性別與傳播科技	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>討論新媒體作為科技。從基礎的性／別和科技理論切入，探討傳播科技性別化的理論基礎。</p> <p>從新媒體作為再現切入，自性別歧視的再現，至酷兒和後女性主義式的再現。這部分的課程將批判的討論新媒體時代性別再現的重要特質。</p> <p>探討新媒體作為互動環境，討論傳播科技中介的環境，催生怎樣的性、性別與親密關係互動文化與權力關係。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 網路女性主義</p> <p>(二) 女性主義與女性主義認識論</p> <p>(三) 性/別與科技理論</p> <p>(四) 馴化與空間</p> <p>(五) 後女性主義與社群媒體</p> <p>(六) 同志情慾再現與社群媒體</p> <p>(七) 性,性別與線上互動</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

463940001	傳播心理學	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	這堂課從隱喻、體現認知的研究取徑剖析「意義」，探討日常的溝通、抽象的思考、創意的想像如何植基於我們與環境的互動。				
課程大綱 Course Description	課程規劃從「類目」(categorization)、「框架」(framing)、「隱喻框架」(metaphorical framing)「概念融合」(conceptual blends)等心智運作原理，逐步建構意義與思考之間的脈絡。經由「體現」(embodiment)、「體現認知」(embodied cognition)的理論，論述隱喻性思考如何根植於身體與環境的互動。此一系列由淺至深的概念及論述引領我們以不同的取徑探索人類的心靈、身體與環境的交織，及其如何衍生出我們的認知、語言、溝通、文化等等層面。				
預估每周課外學習時間 <u>6-8</u> 小時					

463943001	學術英語溝通	選修	下學期	1 學分	傳播博
課程目標 Course Objectives	To inform the students of the fundamentals of good English writing in general and academic English in particular				
課程大綱 Course Description	Students do weekly reading of assigned academic research papers so as to familiarize themselves with the academic style commonly used in the communication discipline. They are required to summarize and critique each paper as well as share with the class their views. Emphasis is thus on both written and oral English. The emphasis is on learning by doing.				
預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時					

陸、課程檢核及修業規劃表

國立政治大學傳播學院博士生修業狀況紀錄表 10503 版 (105 學年度起入學生適用)

學號	姓名	原畢業校系						
地址	手機電話							
入學行政導師	e-mail							
先修課程	1、傳播理論 <input type="checkbox"/> 已修畢，詳成績單	導師註記						
	2、研究方法 <input type="checkbox"/> 已修畢，詳成績單	導師註記						
必修抵免 (入學時辦理)	1、傳播理論研究 (學分)	總計	學分	1. 必修科目之抵免，於入學時由辦公室辦理認定；其他科目於入學後第 2 學年開學時，配合學校當年度抵免時間辦理。				
	2、方法論 (學分)							
其他學分抵免 (入學後第 2 學年開學)	科目 1: (學分)	總計	學分	2. 申請抵免科目需符合相關規定。 (附表一：傳院博新生學分抵免申請表) (政大教務處網站下載政大學生分抵免申請表)				
	科目 2: (學分)							
	科目 3: (學分)							
修 課 紀 錄								
課程類別(學分)	學分小計	課程名稱	學分	開課所 學/碩/博	修習 學期	成績	助教 註記	相關規定
必修課程(9) (一年內修畢)		學術志業導論	3	傳播博	1051			1. 新生於入學後第 2 學年開學時，配合學校當年度抵免時間辦理抵免。 2. 必修科目之抵免得提前於入學時，由辦公室辦理抵免認定。 3. 博士生前兩年每學期修習學分數，不得少於 6 學分。 4. 博士生應於入學後一年內修畢必修科目。 5. 畢業學分總數 30 學分，本院科目不少於 20 學分。 6. 博士班修習碩學合開課程，不予採認畢業學分。 7. 博士生修習碩士班課程，需經同意始得列入畢業學分。(另填認定單於校訂加選選最後一日前填交。) 8. 博士生修習碩博合開課程，教師對碩士及博士之學習要求(評分方式)應予區別，並於授課大綱內分別敘明。請檢附授課大綱或任課教師說明單(無固定格式)。 9. 校際選課於申請書上需請導師(指導教授)註記是否採計畢業學分。 (附表二：博修碩課程認定單) (政大教務處網站下載政大校際選課申請書)
		傳播理論研究	3	傳播博	1052			
		方法論	3	傳播博	1051			
核心課程(6) (本院 700-800 級課程)								
研究主題課程(6) (含院內外選修課程)								
方法課程(9) (含院內外選修課程)								
其他課程()								
畢業學分總數		學分	修畢學期	學年度	學期			
導師(指導教授) 學期簽名欄	學年度	105	106	107	108	109	110	
	上學期							
	下學期							

學號		姓名		手機電話	
資格考試 (第3學期結束前)	次	考試科目	申請考試學期	申請人簽名	考試結果
	1	傳播理論及研究方法	學年度 學期		
	2	傳播理論及研究方法	學年度 學期		
指導委員會 (通過資格考試 次學期開學前)	成員	姓名	單位職級	簽名欄	
	指導教授			指導教授	
	委員 1			主任	
	委員 2			辦理學期	
	異動指導教授			指導教授 (原、新)	
	異動委員 1			主任	
	異動委員 2			異動學期	
定期評鑑 (資格考試通過後 次學期起)	次	評鑑學期	次	評鑑結果	
	1	學年度 第2學期	3	學年度 第2學期	
	2	學年度 第2學期	4	學年度 第2學期	
專業領域筆試 (通過取得候選人資格)	次	考試科目	考試學期	考試結果	
	1		學年度 學期		
	2		學年度 學期		
提報論文題目 (專業領域筆試後 一年內)	提報學期	論文題目			更改指導教授程序依政大規定辦理。 (至愛政大系統上傳列印)
博士學位評鑑 (畢業前完成並 審查通過)	項目	說明			進行期間
	1. 著作出版能力	在學期間撰寫並已出版或公開發表於匿名審查全文制度之學術期刊論文或研討會之學術論文至少2篇			
	2. 國際移動能力 (3擇1)	應至少參加1個月以上出國交換或移地研究 在境外舉辦、使用外語且具匿名審查機制之國際研討會發表至少2次以上 發表至少1篇使用外語且具匿名審查機制之國際期刊論文			
	3. 社群參與能力 (3擇1)	至少參與2學期研究群或2學期學術期刊助理(2擇1) 跟隨教師從事至少2學期課程助理(並擔任部分時數講師) 至少2學期參與傳播相關實務工作或產學合作之實習			
博士論文 提案口試 (提報論文題目後)	口試學期	考試結果			1.於通過專業領域筆試及提報論文題目後可提出申請。 2.口試委員名額應為單數，且至少三位；校外委員須占全體委員三分之一(含)以上。 3.考試委員(含指導教授)，應具有副教授以上之資格。 4.博士提案口試無次數限制。 (附表七：博士論文提案口試申請表)
	學年度 學期	<input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 不通過			
博士學位 考試 (提案口試後次學期)	學年度 學期	<input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 不通過			1.通過「博士學位提案口試」後之次學期起，方得提出學位考試申請。 2.考試委員會置委員五人至九人，校外委員須占全體委員三分之一(含)以上。 (政大教務處註冊組網站下載學位考試申請表)

(1、本表請於每學期校訂加退選最後一日前填寫完成，將影本交助教存查。 2、本表請於提出學位考試申請表時一併繳回辦公室存參)。

傳播學院師資介紹

專任師資				
姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
林元輝	教授 兼院長	美國威斯康辛大學 東亞研究博士	華人文化思想與傳播、新聞史、報導文學、臺灣史	新聞學系
汪琪	名譽 講座教授	美國南伊利諾大學 新聞博士	文化產業與全球化、歐洲中心主義與傳播研究	新聞學系
朱立	名譽教授	南伊利諾大學新聞學院 博士	比較傳播制度、國際形象與國際傳播、中國大陸傳媒制度、社會真實與傳媒真實、兩岸三地傳媒、學術英語溝通	傳播學院
鍾蔚文	名譽教授	美國史丹佛大學傳播 所博士	傳播、認知科學、研究方法	傳播學院
張卿卿	講座教授	美國威斯康辛大學 麥迪遜分校大眾傳播 博士	廣告企畫、消費行為、健康傳播	廣告學系
徐美苓	特聘教授	美國密西根大學 安娜堡分校傳播博士	政治傳播、健康傳播、傳播與認知、民意	新聞學系
林穎青	特聘教授	國立中央大學 企業管理博士	行銷管理、消費者行為、廣告學、研究方法、實驗設計	廣告學系
方孝謙	教授	美國芝加哥大學 社會學博士	國族與認同、信任與合作、鄉鎮企業、空間與都市	新聞學系
江靜之	教授	國立政治大學 新聞博士	論述分析、機構談話研究、傳播理論、研究方法	新聞學系
吳筱玫	教授	美國哥倫比亞大學 傳播博士	新媒體、數位人文、網路傳播、傳播與哲學	新聞學系
孫式文	教授	美國威斯康辛大學麥 迪遜分校大眾傳播博 士	傳播理論、隱喻、創新研究	新聞學系

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
馮建三	教授	英國李斯特大學 大眾傳播博士	傳播政治經濟學、中國傳媒研究、傳播問題分析	新聞學系
臧國仁	教授	美國德州大學 奧斯汀分校新聞博士	傳播與敘事、新聞媒體與消息來源互動、老人傳播	新聞學系
劉昌德	教授	美國天普大學 大眾傳播博士	政治經濟學、傳播政策、文化（運動）全球化	新聞學系
蘇 蘅	教授	國立政治大學 新聞博士	傳播產業研究、傳播理論、研究方法、閱聽人分析	新聞學系
方念萱	副教授	美國紐約州立大學 水牛城分校傳播博士	性別與傳播科技研究、言說分析、網路文化	新聞學系
王淑美	副教授	英國蘭卡斯特大學 社會學博士	新聞實務、消費文化研究、傳播科技與社會	新聞學系
柯裕棻	副教授	美國威斯康辛大學 麥迪遜分校大眾傳播 博士	媒介批評、文化研究、後殖民論述、臺灣電視研究	新聞學系
陳百齡	副教授	美國印第安那大學 教育工學博士	認知在傳播上的應用、視覺傳播、電腦輔助採訪報導	新聞學系
劉慧雯	副教授	國立政治大學 新聞博士	閱聽人研究、媒體素養、社群媒體	新聞學系
林怡潔	助理教授	美國哈佛大學 社會人類學博士	大眾傳播、人類學、區域研究	新聞學系
康庭瑜	助理教授	英國牛津大學 地理學博士	媒體與全球化、資訊社會學、性別與媒體、網際網路政策	新聞學系
吳岳剛	教授	美國德州大學 奧斯汀分校廣告碩士	廣告設計、電腦繪圖	廣告學系
孫秀蕙	教授	美國威斯康辛大學 麥迪遜分校新聞博士	公共關係、符號學、廣告文化	廣告學系
郭 貞	教授	美國密西根大學 傳播博士	消費行為、傳播理論、傳播研究方法、網路行銷、人際溝通	廣告學系
陳文玲	教授	美國德州大學 奧斯汀分校廣告博士	創意思考、創意寫作、夢與創造力、廣告企劃	廣告學系

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
陳憶寧	教授 借調 NCC	美國德州大學 奧斯汀分校新聞博士	政治傳播、公共關係、科學傳播、健康傳播	廣告學系
賴建都	教授	美國賓州州立大學 藝術教育博士	廣告行銷、網路廣告行銷、品牌設計、廣告創意設計	廣告學系
林日璇	副教授	美國密西根州立大學 媒體與資訊研究博士	媒體心理學、娛樂媒體電子遊戲、媒介效果與媒體互動性、社交網站、健康傳播	廣告學系
張郁敏	副教授	美國密蘇里大學 新聞博士	整合傳播、跨媒介傳播、綜效、傳播資訊處理、行動廣告	廣告學系
鄭怡卉	副教授	美國密蘇里大學 新聞博士	公共關係、廣告學、健康傳播	廣告學系
劉俐華	助理教授	國立臺灣師範大學 美術系藝術學博士	視覺傳達、數位敘事、圖像創作、數位出版	廣告學系
陳儒修	教授	美國南加州大學 電影電視學院電影理論博士	電影研究、文化研究、流行文化、傳播新科技	廣電學系
許瓊文	教授	美國紐約州立大學 水牛城分校傳播博士	網路傳播、電視新聞、災難與傳播、新聞與創傷	廣電學系
黃葳威	教授	美國德州大學 奧斯汀分校廣播電視博士	數位傳播與社區行動、閱聽市場分析、非營利組織傳播	廣電學系
蔡 琰	教授	美國德州大學 奧斯汀分校教育工學博士	影視劇本寫作、戲劇理論、廣電敘事研究、老人傳播研究	廣電學系
劉幼琍	教授兼 研發長	美國印第安納大學 電訊傳播博士	媒介政策與法規、電訊傳播、新傳播科技、媒介生態	廣電學系
郭力昕	副教授	英國倫敦大學金匠學院 媒體傳播博士	攝影理論、紀實攝影、紀錄片研究、視覺文化批評	廣電學系
許志堅	副教授	國立交通大學 資訊科學博士	大數據分析、資料探勘、動漫遊戲市場與次文化	廣電學系
曾國峰	副教授	美國密西根州立大學 電訊傳播博士	媒介經濟學、行動網路經濟、新傳播科技與政策	廣電學系

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
盧非易	副教授	美國南加州大學 電影電視學院藝術碩士	影視劇本寫作、視聽傳播、電影原理、紀錄片製作	廣電學系
鍾適芳	副教授級 專業技術人員	英國肯特大學 精神分析碩士	台灣原住民音樂、世界音樂類型、文化與社會、流行音樂	廣電學系
王亞維	助理教授 級專業技術人員	美國波士頓大學 電影製作碩士	紀錄片、電影、戲劇	廣電學系
林玲遠	助理教授	英國羅浮堡大學藝術學院 動畫學術研究博士	動畫理論、動態影像製作	廣電學系
傅秀玲	助理教授 級 專業技術人員	美國南加州大學 電影電視學院電影製作 藝術碩士	影視編劇、電影製作（拍攝、剪輯等）、視覺元素研究	廣電學系
施琮仁	副教授	美國威斯康辛大學麥迪遜分校 新聞與大眾傳播博士	科學傳播、媒體內容、媒介效果	國傳碩
黃心健	教授級 專業技術人員兼 數位內容學程主任	美國伊利諾理工學院 設計碩士	互動科技、3D 動畫、多媒體設計、科技藝術	數位碩
陶亞倫	副教授	國立台南藝術學院 造型藝術研究所碩士	新媒體藝術、當代美學、媒體策略	數位碩
陳聖智	助理教授	國立交通大學 電腦輔助建築設計工學博士	新媒體互動科技、數位內容設計、數位學習與行動傳播	數位碩

兼任師資			
姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
王石番	兼任教授	傳播理論、研究方法、民意與市場調查、計量分析	佛光大學傳播學系 名譽教授
杜篤之	兼任教授級 專業技術人員	聲音製作、錄音、音效	聲色盒子有限公司 負責人
孫曼蘋	兼任教授	社區/群傳播，另類傳播，公民新聞學理論及實踐；傳播科技、媒體與社會變遷，閱聽人分析，青少年媒介使用；多媒體、廣播電視與平面之新聞產製，深度/調查報導	政治大學傳播學院兼任教授
祝鳳岡	兼任教授	媒體管理、行銷策略、整合行銷傳播、企業診斷	政治大學傳播學院兼任教授
翁秀琪	兼任教授	傳播理論、民意研究、公共電視研究、新素養研究	世新大學新聞學系教授
陳郁秀	兼任教授	文化行政、音樂教育、鋼琴演奏	白鷺鷥文教基金會董事長
陳清河	兼任教授	廣播電視與電影產製、電訊傳播、傳播政策研究	世新大學學術副校長
彭芸	兼任教授	政治傳播、國際傳播、企業組織溝通	元智大學社會暨政策科學系教授
游本寬	兼任教授	攝影美學與創作、視覺傳播	實踐大學媒體傳達設計系教授
黃新生	兼任教授	電視媒介管理、傳播科技、電視經營	政治大學傳播學院兼任教授
廖慶松	兼任教授級 專業技術人員	電影導演、電影剪接、電影製片、電影監製	台北藝術大學電影創作學系
鄭自隆	兼任教授	競選廣告、政府公關、政治傳播、廣告史	政治大學傳播學院兼任教授
蕭宏祺	兼任教授	閱聽人研究、流行文化與性別、消費者與認同政治、媒體全球化研究	世新大學傳播管理學系
賴東明	兼任教授	廣告公司經營與管理	聯廣公司名譽董事長

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
呂志翔	兼任副教授級約聘教學人員	國內及國際新聞採訪及寫作實務	中央社總編輯
李瓊莉	兼任副教授	國際組織、亞太區域發展	政治大學國關中心亞太研究所 研究員
林廷宜	兼任副教授	訊息視覺化方法、設計傳達、視覺語言與文化、視覺設計與人類學習	臺灣科技大學工商設計系副 教授
俞國定	兼任副教授級約聘教學人員	媒介經營與創新	商業周刊社長
段鍾沂	兼任副教授級約聘教學人員	流行音樂行銷、文化創意產業	滾石音樂董事長、滾石文化負 責人、廣告雜誌發行人
張崇仁	兼任副教授	電子媒介政策、電子媒介管理、組織傳播	文化部影視及流行音樂產業局 局長
陳宜秀	兼任副教授級約聘教學人員	創意設計	HTC 西雅圖設計研究中心主任
黃文博	兼任副教授級約聘教學人員	廣告創意與策略	「就是這樣」有限公司創意總 監
劉蕙苓	兼任副教授	電視新聞製作、新聞採訪實務、社區營造與傳播	台北藝術大學藝術行政與管理 研究所副教授
關尚仁	兼任副教授	媒介經營、廣電節目策略與製播、媒介政策與法規	世新大學廣播電視電影學系副 教授
尤元靖	兼任講師	企業形象, 危機管理, 產品行銷公關	利眾公關顧問股份有限公司 CEO
王世偉	兼任助理教授級專業技術人員	電腦動畫、導演、動畫行銷	實踐大學媒體傳達設計學系助 理教授
朱邦賢	兼任講師	電視新聞製作、媒介採訪寫作、紀錄片製作、社區營造	政治大學新聞學系兼任講師
何國華	兼任助理教授級約聘教學人員	媒介生態	公視研究員
吳惠萍	兼任講師級約聘教學人員	公關實務, 廣告企劃與策略發展	台灣山得利公司企畫部副部長

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
宋珮	兼任講師級 約聘教學人員	西洋藝術史、攝影及圖畫書評論、 圖畫書作家研究與圖文敘事	政治大學傳播學院兼任講師
李亞梅	兼任講師級 約聘教學人員	影視製片與發行	穀得電影工作室負責人
沈昭良	兼任助理教授 級約聘教學人員	靜態影像創作、類型攝影研究、影像 與文創產業	攝影師
易智言	兼任助理教授	電影電視製作、導演	藍色工作室有限公司負責人
芮家楹	兼任講師	品牌行銷、行銷公關、企業公關、行 銷傳播策略與創意	台灣西門子公司企業傳播協理
侯志欽	兼任講師	廣播電視節目製作、音響學、教育科 技、數位學習	政治大學廣播電視學系兼任 講師
施盈廷	兼任助理教授	攝影、圖像設計	中國科技大學視覺傳達設計系 助理教授
唐德蓉	兼任講師級 約聘教學人員	電視新聞	政治大學新聞學系兼任講師
袁永興	兼任講師級 約聘教學人員	廣播節目製作企劃、流行音樂與數位 創意運用	拍律遊樂園節目 企劃製作主持人
張正芬	兼任助理教授 級約聘教學人員	電視行銷實務、數位匯流行銷研究、 文化創意產業	三立電視行銷公關部暨華流出 版部資深副總
張立	兼任講師	報紙編輯	聯合報內容部經理暨總編輯
張志浩	兼任講師級 約聘教學人員	行銷、數位行銷、CRM、eCRM	奧美數位媒體行銷公司 董事總經理
張怡琪	兼任助理教授 級約聘教學人員	創意發想、產出與表達	聯樂數位行銷董事總經理 聯廣/廣眾廣告執行創意總監
張耘之	兼任助理教授 級 約聘教學人員	聲音藝術與錄音工程、配樂設計、音 效設計與成音	錄音工作

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
許文宜	兼任助理教授	廣播新聞採寫編播、電視節目企畫製作、新媒體研究	政治大學秘書處第二組 秘書
陳萬達	兼任助理教授	媒介經營管理	中國時報編輯部副總編輯
曾文珍	兼任講師	紀錄片製作	導演
湯昇榮	兼任助理教授 級 約聘教學人員	影視節目實務製作分析	政治大學廣播電視學系兼任 教師
黃子明	兼任講師級 約聘教學人員	新聞攝影	中國時報攝影中心主任
黃子青	兼任助理教授	動畫影像創作、分鏡腳本設計 多媒體製作、數位剪輯	鳳三設計藝術總監
楊力州	兼任講師	紀錄片製作	後場音像紀錄工作室有限公司 負責人
楊欣芳	兼任講師級 約聘教學人員	表演學、當代西方劇場	政治大學廣播電視學系兼任 講師
楊盈箴	兼任講師級 約聘教學人員	廣播節目製作, 世界音樂文化, 演講學	佳音廣播電台創意總監、節目 製作主持
劉義鈞	兼任助理教授	研究方法、公共政策理論、談判學、 政黨與選舉	佛光大學公共事務學系
鄭文堂	兼任助理教授 級 約聘教學人員	影視編導、導演方法、編劇與劇本寫作	導演
薛聖荼	兼任助理教授 級 約聘教學人員	電視節目製作、整合行銷	友松娛樂及三鳳製作公司負責 人
嚴曉翠	兼任助理教授 級 專業技術人員	企業形象管理、危機管理、媒體關係 管理、行銷公關	利眾公關顧問股份有限公司創 辦人