



國立政治大學

# 106學年度 傳播學院課程手冊

College of Communication  
CURRICULUM GUIDE 2017

# 傳播學院 106 學年課程手冊

## 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 .....	6
◎ 新聞學系課程簡介 .....	37
◎ 廣告學系課程簡介 .....	62
◎ 廣播電視學系課程簡介 .....	90
◎ 國際傳播英語碩士學位學程課程簡介 .....	120
◎ 數位內容碩士學位學程課程簡介 .....	152
◎ 傳播碩士學位學程課程簡介 .....	168
◎ 傳播學院博士班課程簡介 .....	211
◎ 傳播學院師資介紹 .....	232

# 傳播學院院系簡介

## 壹、傳播學院

國立政治大學傳播學院（以下簡稱本院）成立於 1989 年，設有大學部（大一大二不分系、新聞學系、廣告學系、廣播電視學系）、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，榮獲科技部「學術研究優良期刊」，並獲 2016 年國家圖書館「最具影響力人社期刊獎」傳播類第一名殊榮。

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）城市大學人文社會科學院媒體與傳播系、（中國）中國人民大學新聞學院、（中國）中國傳媒大學廣告學院、（中國）復旦大學新聞學院、（中國）中山大學傳播與設計學院、（中國）清華大學新聞與傳播學院、（中國）暨南大學新聞與傳播學院、（中國）武漢大學新聞與傳播學院、（中國）廈門大學新聞傳播學院、（中國）南京大學新聞傳播學院、（中國）浙江大學傳媒與國際文化學院、（中國）交通大學媒體與設計學院、（中國）北京大學新聞與傳播學院等，均有學術合作關係。

## 貳、大一大二不分系

本院為因應媒介匯流，鼓勵學生多元學習，增加競爭力，學士班自 2014 年實施大一大二不分系招生，希望在大學前兩年，培養學生具備全能傳播人之技能，包括平面媒體、影音媒體、數位媒體、網路媒體等多元平台之基本製作原理，並熟悉相關理論，為後兩年的專業訓練奠立基礎。學生於大二第二學期依個人學習興趣，申請進入新聞學系、廣告學系、

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、院共同必修課程，主修學程，以及自由選修課程，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（以下簡稱新聞系）於 1935 年創系，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。

配合本院大一大二不分系招生制度，學士班學生申請進入「新聞與資訊」或「媒體與文化」主修學程者，即分流至新聞系。

新聞系課程涵蓋影音、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

本院從 1970 年代起即著手申請籌設廣告學系（以下簡稱廣告系），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，廣告系秉持「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，廣告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。分流進入廣告系任一主修學程的學生，須修完該主修學程 2 門必修課，並且在廣告系開設的課程中任選 6 門選修課，方可取得廣告系學位。

## 伍、廣播電視學系

有鑑於傳播科技的發展，以及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（以下簡稱廣電系）。

因應傳播匯流趨勢，並配合本院實施「大一大二不分系」招生政策，新生入學時不選擇學系，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。廣電系主修學程有二：「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，廣電系教育理念強調「科際

整合與科技匯流」，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。在課程、教學、實作、實習、服務上，均配合本院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）是本校五個國際碩士學位學程之一，自 2006 年正式招生。IMICS 以全英語授課的特色，是臺灣傳播領域研究所課程的先驅。

IMICS 課程重點為國際傳播相關研究，同時側重區域（亞太、兩岸）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，學生亦可透過本校其它學院英語授課國際學位學程課程，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。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，IMICS 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 IMICS 鼓勵學生增加實務經驗的方式，截至目前為止，IMICS 培養的學生曾在許多國際機構實習，除了增加學生的專業訓練的深度，也能協助他們找尋日後就業的資訊與管道。再者，IMICS 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，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 IMICS 的師資陣容，提供學生更多元的課程。

## 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（以下簡稱數位碩）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。數位碩自 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」。

數位碩以數位內容的國際前瞻研究與產業發展的趨勢，結合本校深厚的學術根基，發展四個特色研究主題群：數位敘事、數位文創、使用者經驗設計、智慧環境。

學生招生來源分為創意傳播組以及資訊技術組。師資來源除數位碩主聘教師，本院以及理學院（資訊科學系）亦支援教師。課程設計兼顧學術理論、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、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領域（傳播、資訊科學）教師組成。

碩位碩畢業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

本院碩士班教育目標旨在於擴充創新知識版圖，培養未來傳播領域專業人才。因應傳播

教育面臨科際整合，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，並考量傳播產業之需求，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」等七大專業主修領域。另為體現自主學習的本質，學生與學業導師諮商並經院核可後，可自行組合專業主修課程（自主學程）。

## 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。

傳播學院博士班前身為新聞系博士班，成立於 1983 年，為本院最高學制，亦為本院唯一博士班。為因應高等人力供需失調以及媒介匯流與國際化等趨勢，並為使全院教研資源為博士班所用，增強學生競爭力，自 2013 年 8 月起，將新聞系博士班調整至院，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，更期望博士班能帶動「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

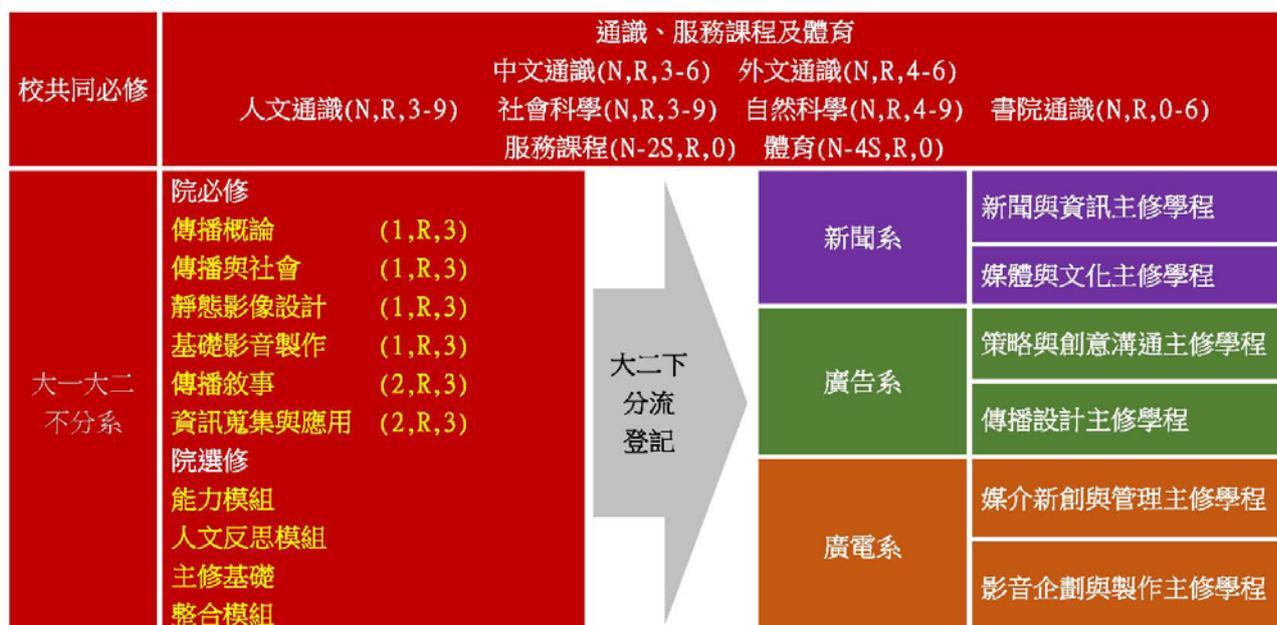
培養學生具有下列核心能力：

- (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



### 附註：代碼說明

例：(1, R, 3)

- 1：年級。1 表示一年級，2 表示二年級，N 不限年級，N-2S 不限年級，修習 2 學期
- R：必/選修。R 為必修，E 為選修
- 3：學分數

## 參、畢業門檻檢定及修業規定

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
405931	音樂概論(上下學期都開課)	選修	3
405944	創意與設計(上下學期都開課)	選修	3
405945	聲音製作(上下學期都開課)	選修	3
405947	語言與溝通	選修	3
405949	戲劇概論(上下學期都開課)	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（上下學期都開課）	選修	3
405944	創意與設計（上下學期都開課）	選修	3
405945	聲音製作（上下學期都開課）	選修	3
405948	紀實採寫（單學期課程，大一下或大二上）	選修	3
405949	戲劇概論（上下學期都開課）	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
405910	人機介面	選修	3
405912	應用統計：數字會說話	選修	3
405916	行銷傳播基礎	選修	3
405937	傳播法規與倫理（上下學期都開課）	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

405915	圖像與文創	選修	3
405917	公共關係基礎	選修	3
405921	影像視覺元素	選修	3
405922	環境變遷與大眾傳播	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
405926	攝影與文化	選修	3
405928	參與式傳播	選修	3
405929	科學與風險傳播	選修	3
405935	跨媒體識讀	選修	3
405936	傳播科技與日常生活	選修	3
405937	傳播法規與倫理（上下學期都開課）	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>				
上課內容 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> 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>				
上課內容 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>				
上課內容 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>				
上課內容 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> 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。				
上課內容 Course Description	本課程分為四個部分：(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> 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。				
上課內容 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					

405910	人機介面	選修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	了解人機介面的原理及運用是數位媒體的基礎。在課程完成後，同學們能了解人機介面的架構，設計過程及價值，並且將所學應用到專業上的數位媒體製作，或日常生活中對現象的觀察理解。				
上課內容 Course Description	人機介面課程的目標是藉著授課及作業幫助同學了解人及產品的互動過程，藉以理解如何設計出最佳的互動方式。這裡所指的「產品」泛指一切在周圍環境中由他人所設計，安排，製作的出來的物體，數位內容或服務。主要的內容有下面幾個單元：（一）介面學：什麼是介面？不管是什麼樣的介面（interface），都有某些相通的概念及元素。介面是世界運作的基礎之一。課程將會從解析的觀點解釋生物學的介面，電腦科學的介面，和人類溝通的介面共同點何在，以及它們如何構成人機介面的基礎。（二）人機介面的心理學基礎：「人」是人機介面的主體，但是人在互動時受到什麼樣的限制？人在處理介面和互動歷程中的資訊時，遵循什麼樣的原則？互動的心理歷程是什麼？（三）這些對人的理解如何轉化成人機介面設計的基礎。人機介面的設計經過哪幾個重要的步驟，以及它們扮演的角色。（四）人機介面互動設計的脈絡，包括基礎的設計研究方法，資料呈現方式，如何從資料中深化對使用者（人）及功能（機）雙方面的了解。（五）人機介面互動設計的方法及工具，包括常用的作業分析工具，設計的主軸及目標，以及什麼是「直覺」的設計。這個單元也會討論到人機介面的設計元件，如圖像介面元素及規則，資訊可視化，時間／聲音／空間介面，感性設計，資訊架構學。（六）人機介面的原型及評估。原型是一種驗證及優化的手段，在人機介面設計的每一個階段都可以靈活運用。有效的原型必須配合有效的評估。本章節會介紹不同的原型技術及不同的評估方法。（七）總結：最後本課程會回到介面學的根本，分析人機介面和產品及品牌之間的關係，以及人機介面的價值。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

405012	應用統計：數字會說話	選修	上學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	讓傳播領域的同學了解統計如何透過數字、圖、表來以簡馭繁地表述這世界的樣貌。除了講述描述統計與推論統計的基本原理與概念外，還將讓同學們練習如何操作統計軟體 Excel，好將習得的原理運用到實務分析上。				
上課內容 Course Description	（一）理解有那些數字、圖、表可以用來描述生活世界的樣貌，並搭配軟體實做之。（二）學習如何在符合抽樣原理下選取樣本，進而取得所需資訊，並搭配軟體實做之。（三）明白有哪些推論統計的分析方法可以讓我們從樣本資訊推論到母群體，並搭配軟體實做之。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

405915	圖像與文創	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>主要教授插圖及漫畫圖像的理論概念、創作方法、文創應用與行銷案例探討。在圖像理論部分以實際案例佐以理論的方式，讓學生深入淺出的理解圖像符號學、格式塔視覺心理學及圖像敘事等理論，並採用漸進式實作引導演練，讓即使沒有創作基礎的學生也能習得圖像繪製與分鏡構圖等的創作方法與技巧；課程將探討圖像在新聞時事、商業設計、娛樂觀光及文創產業等領域的應用與行銷案例，讓學生依個人興趣選擇圖像創作或文創應用企劃，對於有創作能力與興趣的學生，將進一步指導參加法國安古蘭漫畫或金漫獎等比賽。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 圖像理論學習：以實際案例佐以理論的方式，讓學生深入淺出的理解圖像符號學、格式塔視覺心理學及圖像敘事等理論。(二) 圖像作品賞析：提供豐富優質的插圖及漫畫圖像作品分析，讓學生對於圖像敘事及繪製風格有更多認識與欣賞能力。(三) 圖像在文創上的應用：課程將探討圖像在新聞時事、商業設計、娛樂觀光及文創產業等領域的應用與行銷案例，並讓同學蒐集並研究相關案例。(四) 圖像敘事技巧學習：採用漸進式實作引導演練，讓即使沒有創作基礎的學生也能習得圖像繪製與分鏡構圖等的創作方法與技巧。(五) 繪圖方法及軟體學習：學生可依個人興趣選擇圖像創作或文創應用企劃等期末專題方向，選擇圖像創作的同學將進一步學習圖像繪製的方法與軟體技術。(六) 參加國內外競賽：對於有創作能力與興趣的學生，將進一步指導參加法國安古蘭漫畫或金漫獎等比賽。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

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	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>主要內容有：(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>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

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。				
上課內容 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					

405921	影像視覺元素	選修	下學期	3學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>課程主題為電影、動畫等動態影像之視覺元素與畫面構成。課程探討如何利用視覺結構傳達情緒和張力，並由整體構圖的角度，研討敘事結構與視覺結構間的關係。</p> <p>本課程重視實作也重視思考。語言邏輯是思考的重要工具，因此，本課程將以「案例討論」為主要上課方式，培養有邏輯的思考，以及清晰的語言表達。此外，每週都有實作課，以「情境任務」的方式建立思考與實作的鏈結。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 增進視覺元素相關知識：具備空間、色彩、形狀、線條及動向等視覺元素之概念。</p> <p>(二) 增進視覺表現能力：能統整性地將概念運用於實作中。</p> <p>(三) 增進語言表達能力：能以合邏輯且有秩序的方式，有效傳達自己的看法。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

405922	環境變遷與大眾傳播	選修	下學期	3學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>上個世紀二次大戰後，科技的發展為人類帶來了進步的福祉，然當人類進入高度仰賴高科技的二十一世紀，包括台灣在內的全球各地，無可避免面臨了大自然與人為後果的嚴厲反撲，包括氣候變遷、環境污染、健康風險等，使得我們無法置身度外於 Ulrich Beck 所言之風險社會。故前瞻性的教育內涵有必要從跨領域視角，理解、正視、善用、與反思傳播（包括大眾媒體）在面對環境變遷時所扮演的角色。本課開課宗旨即以此作為出發點，期冀引領同學針對當今全球與在地關鍵環境變遷議題進行耙梳；本課所探索的大眾傳播則包括各種不同的媒體形式，包括新聞報導、紀錄片、娛樂內容、商業或公益廣告行銷、網路社群媒體討論、公開的藝術展覽等。</p> <p>作為傳播學院的基礎專業課程，本課的主要目的乃希望協助對大眾傳播有興趣的學生，如何藉由論述的閱讀、討論、以及相關議題的剖析、實務個案的分享、實際活動的參與，能更審慎地欣賞、檢視與評估每日所接收的環境變遷訊息，及提供基礎的相關傳播實務基礎。鑑於培養環境變遷傳播能力牽涉科學、文化、社會、政治等面向的跨領域學習，本課也歡迎非傳播相關科系的學生修習。</p>				
上課內容 Course Description	<p>（一）環境意識開端與大眾傳播。（二）環境生態思維與媒體論述。（三）媒體的社會擴大或隱匿效應。（四）環境運動與媒體倡議。（五）從環境污染到健康風險。（六）看見臺灣環境真相。（七）媒體所有權、新聞常規與科學論述再現爭議。（八）重要環境變遷問題探討。（九）獨立媒體與公民行動。（十）反基改與有機農作。</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>				
上課內容 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：（一）如何了解行銷及行銷過程；（二）如何在動態的行銷環境中評估機會；（三）如何發展行銷策略及行銷組合；（四）國際行銷環境；（五）行銷與社會；（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。				
上課內容 Course Description	<p>(一) 針對問題設計蒐集資訊</p> <p>(二) 透過閱讀和討論建立資訊蒐集的概念</p> <p>(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</p> <p>(四) 了解相關限制，規劃資訊蒐集步驟</p> <p>(五) 個案實作與研討</p> <p>(六) 透過作業實作和分享，建立行動和反思能力。</p>				
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	<p>(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；</p> <p>(二) 檢視電影影音本質歷時性變遷之認識論基礎；</p> <p>(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；</p> <p>(四) 研究各種電影理論之間的辯證關係。</p>				
上課內容 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					

405926	攝影與文化	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	這不是一門攝影創作課，或示範攝影拍攝技巧的課，而是一門從文化的角度方方面面閱讀、理解攝影影像的課程。攝影一直是應用範圍最廣的一種視覺媒介，在數位時代與網路科技的變革下，又讓攝影全面進入人們的生活與文化，成為一種每日資訊和生活方式，甚至變成了一種思維方式。本課程在這樣的時代文化與現象裡，希望通過對各類攝影實踐的分享、觀看、分析與討論，檢視文化面貌或日常生活裡，不同性質的攝影和社會的關係。以攝影為鏡，此課程也同時希望能夠折射出當代藝術、文化與社會諸多值得討論與省思的議題和現象。本課程除了教師講授，也要求學生主動參與相關的活動、分析與討論，以期將我們對攝影文化的思辯，成為模式化創作概念，或消費、交換之外的另一種攝影實踐。				
上課內容 Course Description	（一）序論：攝影做為一種文化、藝術和生活方式。（二）理論初探。攝影與真實；攝影與符號。（三）日常生活：家庭攝影、旅遊攝影、婚紗攝影。（四）專業應用：新聞攝影、商業攝影、證據影像（法律、醫學、科學）。（五）藝術創作：街頭攝影、人體攝影、肖像攝影，與作為當代藝術的攝影。（六）展演時代：自拍照片、網路展演、圖像文化、分享與「過度分享」。				
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。				
上課內容 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	<p>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。</p> <p>本課程目標在於：</p> <p>（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；</p> <p>（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；</p> <p>（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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

405929	科學與風險傳播	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>（一）瞭解現代社會所面臨的科技與環境風險；</p> <p>（二）瞭解民眾對上述風險的考量與感知；</p> <p>（三）培養理解、思考現代社會眾多風險問題的能力；</p> <p>（四）培養積極參與科學發展、環境保護等事務之能力。</p>				
上課內容 Course Description	<p>（一）現代社會的風險；（二）科學知識的不確定性；（三）不確定下的政策制訂與訊息傳遞；（四）不確定下的個人決策；（五）公眾對風險的理解：心理計量典範；（六）公眾對風險的理解：文化與風險；（七）公眾對風險的理解：風險的社會放大；（八）議題包裝（框架）；（九）新媒體與風險傳播；（十）大眾影片或紀錄片之影響—明天過後？</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

405931	音樂概論	選修	單學期	3 學分	傳院一年級
課程目標 Course Objectives	(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。(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。(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。				
上課內容 Course Description	(一) 音樂的元素；(二) 音樂的時間觀；(三) 流行音樂；(四) 音樂的空間觀；(五) 音樂與其他學科之關係。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

405935	跨媒體識讀	選修	下學期	3 學分	傳院二年級
課程目標 Course Objectives	<p>本課程先針對媒體產業的分析，讓同學們能夠廣泛認識電視、網路、廣播、報紙、雜誌、電影、動畫、流行音樂等不同媒體類型的特性與功能，並說明收視率、點擊數、數位匯流、大數據等重要概念，思考當前媒體生態的嚴峻挑戰及轉型。</p> <p>課程會運用國內外新聞議題的案例討論，進行新聞脈絡及框架分析，並評論國內外新聞獎的得獎作品，強調議題導向的重要性，並從文化批判「宗教、種族與族群、階級、性別」等層面分析社會議題的建構與解構，希望培養閱聽人觀看媒體及傳播現象的多元視野。</p> <p>由於影像及影音已成為當前傳播的主流形式，本課程會邀請專業人士進行專題演講，並搭配電影（或紀錄片）的觀看，針對國內外廣告獎、新聞攝影獎的得獎作品進行文本分析，讓同學們更多元去「閱讀」、「思考」影像。</p> <p>此外，有鑑於新聞議題經常是媒體與公關「共構」出來的，背後其實是各種產業、政商力量競逐與角力的結果，因此，本課程也將以整合行銷的觀點，綜合探討新聞、公關、廣告、品牌、置入性行銷在媒體實務的運作。</p>				
上課內容 Course Description	(一) 近十年媒體使用行為的趨勢、報業發展及轉型、媒體集團與反媒體壟斷。(二) 反思八卦及爆料對台灣媒體生態的衝擊。(三) 影像與版面編輯、新聞攝影獎分析、網路媒體、社群網站的經營與困境。(四) 網路平台與數位匯流、大數據 big data。(五) 廣電媒體。(六) 廣告與置入性行銷，以及微電影與故事行銷。(七) 動畫。(八) 影像與文化批判。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

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	本課程論及的傳播科技，以手機、網路為主，但也要求同學回溯更早期的傳播科技發展。修完本課程後，期待同學們會於日常生活中無所不在的傳播科技，更能理解其演變，各種使用方式背後的社會因素，以及傳播科技與各種活動交織所帶來的意涵。並能積極運用傳播科技，傳達自己的主張。				
上課內容 Course Description	帶領同學探索傳播科技在日常生活中的運用，討論傳播科技所引發的影響、聯想以及引申的意涵。除了理解傳播科技在當代生活中的應用，也從歷史角度回顧傳播科技與社會變遷的關係，並試著遙想未來可能的變化。				
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。				
上課內容 Course Description	(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。				
上課內容 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>(一) 了解傳播、電訊與網路等科技發展脈絡</li> <li>(二) 認識新傳播科技的基本原理與應用</li> <li>(三) 培養未來進一步自我學習新科技的方法與能力</li> </ul>				
上課內容 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>(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</li> <li>(二) 比較不同方式的有線寬頻網路與電訊等增值服務</li> <li>(三) 數位廣播、數位電視與 Podcasting、OTT 等多媒體服務</li> <li>(四) 行動通訊網路架構、4G 多媒體服務與衛星通訊</li> <li>(五) 無線寬頻、個人網路與雲端運算</li> <li>(六) 虛擬與擴增科技的原理與應用</li> <li>(七) 不同類型的穿戴裝置與傳播科技運用</li> </ul>				
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。				
上課內容 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。				
上課內容 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	單學期	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。				
上課內容 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>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>				
上課內容 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 傳院二年級
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>				
上課內容 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>				
上課內容 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>				
上課內容 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>  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

本系目前設有「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、與創新觀點設計課程。學生在大一二不分系，大二下學期則依照志願選擇分流。目前課程主要提供本系大三、四和雙主修、輔系同學修習。

「新聞與資訊」主修課程著重培養學生處理「紀實資訊」的能力。本主修區分為採訪編輯、影音產製、媒介敘事以及統整等模組，著重影像、圖像、文字、聲音在不同平台上的採、編、播、出版的完整訓練。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。「媒體與文化」主修著重理論和研究方法訓練，培養學生從事批判思考能力。本主修區分為理論方法、區域研究、媒介敘事以及統整等模組。

本系鼓勵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、雙修與自由選修制度，在大學四年中，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」主修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



## 參、畢業門檻檢定及修業規定

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	「新聞與資訊」主修：新聞媒體實驗 (一) (3 學分)、新聞媒體實驗 (二) (3 學分) 「媒體與文化」主修：傳播學的想像 (3 學分)、傳播方法與實踐 (3 學分)
修課特殊規定	(一) 修讀「新聞與資訊主修」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 3 科目 9 學分。 (二) 修讀「媒體與文化」主修者至少需修畢 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 3 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
401113001	新聞媒體實驗（一）	群	3
401116001	傳播學的想像	群	3
401740001	圖文編輯	選	3
401756001	進階採訪寫作－報導文學	選	3
401801001	英文新聞編譯	選	3
401869001	國際傳播專題－區域傳播	選	3
401880001	進階採訪寫作－性別、階級、族群	選	3
大三下學期			
401114001	新聞媒體實驗（二）	群	3
401115001	傳播方法與實踐	群	3
401741001	大眾文化專題－電視文化	選	3
401742001	資料新聞學	選	3
401745001	設計專題－說故事的方式	選	3
401761001	設計專題－隱喻與創意	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
新開課程	大眾文化專題－離散媒體與外籍配偶	選	3
大四上學期			
401747001	進階影音新聞－深度報導	選	3
401767001	英文採訪寫作	選	3
401769001	媒介管理與溝通	選	3
401800011	校外業務實習	選	3
401886001	設計專題－雜誌編輯	選	3
大四下學期			
401739001	媒體經典個案	選	3
401744001	傳播政治經濟學	選	3

註：實際上課時間以教務處公告為準

## 伍、課程總覽

401113001	新聞媒體實驗（一）	群修	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。				
上課內容 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					

401114001	新聞媒體實驗（二）	群修	下學期	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）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。				
上課內容 Course Description	（一）新聞採訪與編輯實作 （二）個案蒐集與分析 （三）專題新聞企劃、實作以及多媒體或數據新聞操作				
預估每周課外學習時間 <u>10</u> 小時					

401115001	傳播方法與實踐	群修	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隨。</p> <p>(三) 培養學生活用傳播研究方法之能力。</p>				
上課內容 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>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

401116001	傳播學的想像	群修	上學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>(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。</p> <p>(二) 培養分析思辨、理論創新與批判能力。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 閱讀傳播研究的典律文獻，理解其時代問題與動機。</p> <p>(二) 實例研究：政經社會文化變遷及發展等議題。</p> <p>(三) 研究設計發想</p>				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

401739001	媒體經典個案	選修	下學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	培養同學對新聞工作者處境的瞭解，並深化思考及提出實作與行動指引。				
上課內容 Course Description	介紹臺灣媒體近年的相關新聞工作實際案例，主要議題包括新聞自由、尋求真相、行為正直、勞動權益等等，並結合國內外讀本教材的相關原則，進行分析與討論。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

401740001	圖文編輯	選修	上學期	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>				
上課內容 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>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時（期末最後三周約 6 小時）					

401741001	大眾文化專題－電視文化	選修	下學期	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>				
上課內容 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) 個案研究將閱讀以臺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>				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

401742001	資料新聞學	選修	下學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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、找尋臺灣相關的資料，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。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

401744001	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，認識與改進臺灣傳媒的表現。</p>				
上課內容 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，若干臺灣傳媒事件在報端的報導與評論，進行分析與討論。</p> <p>(三) 介紹臺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>					

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	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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。</p>				
<p>每周課外學習大約 <u> 3 </u> 小時，包括比較新聞及分組作業討論。</p>					

401765001	進階影音新聞－深度報導	選修	上學期	3 學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	本課程為修習過初階影音製作的同學所開設之進階課程，以觀摩國內外作品、教師系統性教授及學生實作，習得如何採訪、拍攝製作深度報導之技巧與知識。在本課程中學生將完成一則五分鐘軟性專題報導，及一則十分鐘之分析性報導。				
上課內容 Course Description	<p>(一) 全球電視新聞深度報導的發展與現況</p> <p>(二) 深度報導的企畫與說故事方式</p> <p>(三) 軟性深度報導的技巧</p> <p>(四) 深度報導的攝影與剪接</p> <p>(五) 分析性報導的採訪企畫</p> <p>(六) 調查報導與分析性報導</p> <p>(七) 新聞紀錄片</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時 (期中與期末作業周可能達 5 小時)					

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。				
上課內容 Course Description	<p>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。</p> <p>期中選題提報導計畫，經指導修訂後，準備實作。</p> <p>期中之後教師開始歸納講授文體各種要素與寫作心法。</p> <p>學生到堂上課 15 周，16-18 三周下田野跑現場採訪以及撰寫學期作品。</p> <p>期末須獨力完成作品一篇，永留傳圖供後輩觀摩。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>6</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>				
上課內容 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>				
預估每周課外學習時間 <u>4-5</u> 小時					

401767001	英文採訪寫作	選修	上學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>This class teaches the fundamental concepts of news reporting and writing from the perspective of a veteran journalist who has over 30 years of experience in the field of international news reporting. Through readings, lectures, discussions, assignments and actual practice, students will acquire reporting skills and English language proficiency in the process of information gathering and writing news stories. To enhance students' global vision is also one of the major objectives.</p>				
上課內容 Course Description	<p>(1) Screening one episode of "Newsroom" and post-screening discussion on general issues concerning professionalism to open up the class; (2) Unique aspects of English-language news reporting and writing; (3) Techniques for collecting information and reporting; (4) How to write a good story; (5) Journalism in the digital age; (6) What takes to become an overseas correspondent; (7) Developing news sources and conducting reporting in foreign countries and international organizations; (8) Life of a Taiwanese reporter abroad; (9) Journalistic integrity; (10) Feature writing.</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4-5</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	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：(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。(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。				
上課內容 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。				
上課內容 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>40</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>				
上課內容 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>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</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>				
上課內容 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>					

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，臺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>				
上課內容 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					

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>				
上課內容 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>(四) 在新舊新聞媒體平台、介面上從事新聞專題報導</p>				
預估每周課外學習時間 <u>5</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	(一) 瞭解雜誌出版的現況、規劃與編輯流程。(二) 探索進階之版面、視覺及其相關元件之理論與應用。(三) 善用資源，學習數位情境下雜誌出版、編排之變化與可能。(四) 整合四年所學，實際完成一專業、可上架推廣的雜誌成品。				
上課內容 Course Description	(一) 雜誌風格的誕生。(二) 內容企劃、落版、版面設計。(三) 單元：圖片編輯、文字設計、色彩與線條、封面目錄設計。(四) 專題：圖文整合、雜誌影音短片、數位化雜誌設計。(五) 期末作品展演、來賓講評				
預估每周課外學習時間 <u>8</u> 小時 (第 1-12 周 2-4 小時、第 13-18 周 12-24 小時)					

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。				
上課內容 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>3-6</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，網路、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> <p>(三) 以國家為分析單位，重視全球化下國家介入與否的理由、運作，及其問題。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>  3  </u> 小時</p>					

新開課程	大眾文化專題-離散媒體與外籍配偶	選修	下學期	3學分	新聞系
課程目標 Course Objectives	<p>過去新聞媒體所謂的「外籍新娘」如今因為結婚生子已構成臺灣人口中的重要成分—新移民。對於親子兩代新移民的關懷是本課程的重心，而我們關懷的手段有兩種：對於過去媒介的報導及隱含的偏見，我們要利用相關小說、投書及社會科學的理論全面地加以檢討；對於當下新移民的生活及某些志工的努力，我們則要透過4部電影來做見證。利用廣泛閱讀及電影見證的方式，我們要訓練出明天報導相關議題的「專家記者」，甚至是製片人。</p>				
上課內容 Course Description	<p>為反映課程目標所示，我們的上課分成閱讀討論部分，即完成一般移民理論、當代臺灣之移民問題、與社會科學如何解釋移民現象等的研討；以及電影討論部分，就是透過觀賞4部新移民紀錄片來討論臺灣新住民現狀。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>  5  </u> 小時</p>					

## 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

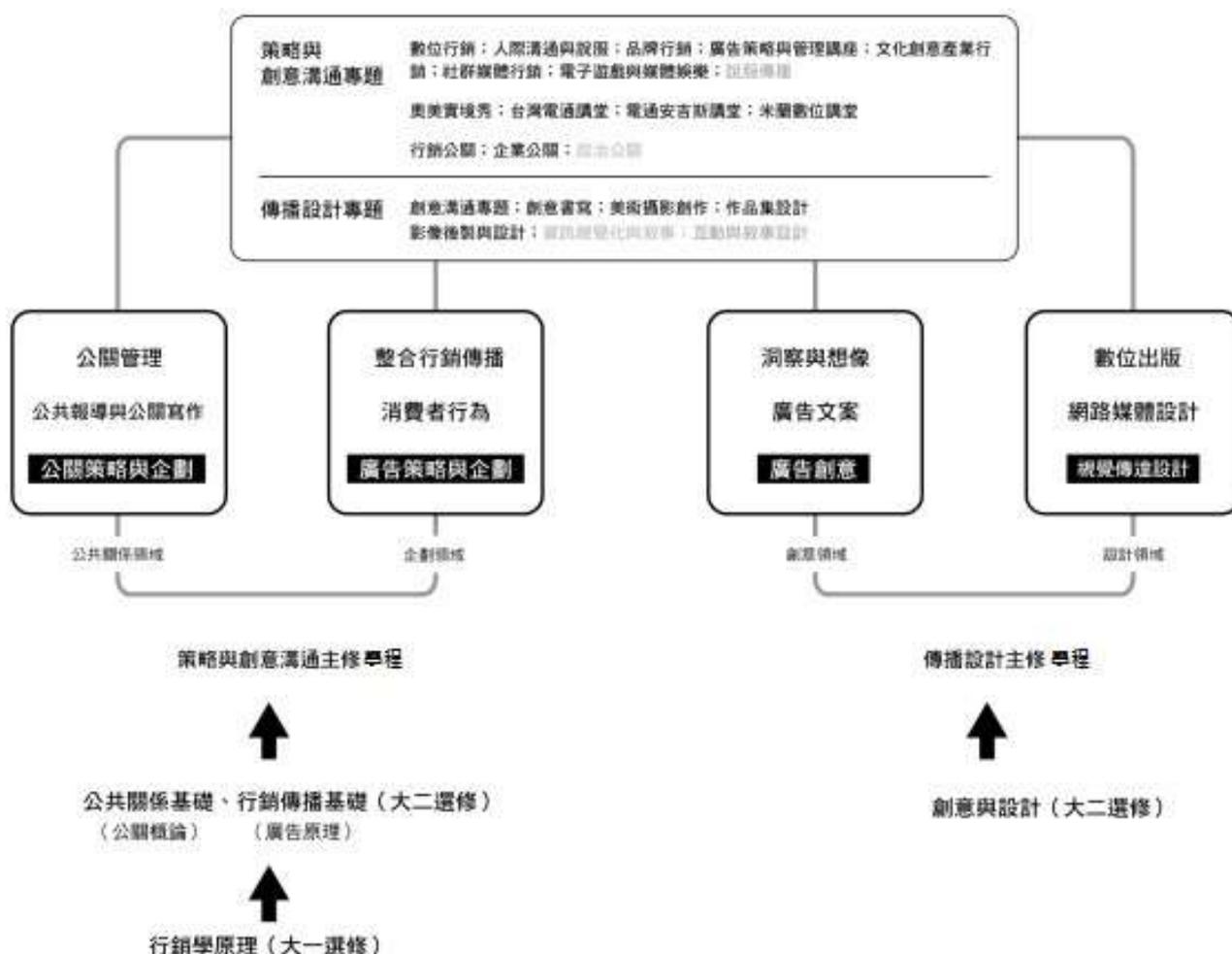
### 一、教育目標

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：「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

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」主修與「傳播設計」主修：</p> <p>「策略與創意溝通」主修之必修科目為：「廣告策略與企劃」3 學分、「公關策略與企劃」3 學分。</p> <p>「傳播設計」主修之必修科目為：「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
402007001	廣告策略與企劃	必	3
402071001	廣告創意	必	3

402692001	視覺傳達設計	必	3
402687001	電子遊戲與媒體娛樂	選	3
402733001	策略溝通專題：行銷公關	選	3
402779001	公共關係與公眾管理	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
402051001	公關策略與企劃	必	3
402689001	社群媒體行銷	選	3
402712001	創意溝通專題：洞察與想像	選	3
402728001	策略溝通專題：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
402693001	創意溝通專題：美術攝影創作	選	3
402701001	資訊視覺化與敘事	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
大四下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402696001	數位出版	選	3
402698001	互動與敘事設計	選	3
402705001	台灣電通講堂：新廣告實戰解密	選	3
402706001	廣告策略與管理講座	選	3
402707001	影像後製與設計	選	3
402709001	創意溝通專題：創意書寫	選	3
402809001	整合行銷傳播	選	3

註：實際上課時間以教務處公告為準

## 伍、課程總覽

402007001	廣告策略與企劃	必修	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。				
上課內容 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					

402051001	公關策略與企劃	必修	下學期	3 學分	廣告三
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。				
上課內容 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					

402071001	廣告創意	必修	上學期	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。				
上課內容 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> 3 </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臺灣的電競結構及遊戲產業，達到「玩中學！」				
上課內容 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) 認識臺灣電競、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					

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) 網站設計與企劃概念學習。</p> <p>(二) 網站視覺編排設計美感與技巧學習。</p> <p>(三) 網站行銷與線上活動企劃學習。</p> <p>(四) 網站設計軟體操作技術學習。</p> <p>(五) 網站設計實作演練。</p>				
上課內容 Course Description	<p>期望透過本課程讓學生藉由課堂學習、實作演練及實際參賽等課程內容，習得網站及網路媒體設計的理論與技法：(一) 網站設計與企劃概念；(二) 網站視覺編排設計美感與技巧學習；(三) 網站行銷與線上活動企劃學習；(四) 網站設計實作。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

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>				
上課內容 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	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。				
上課內容 Course Description	(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。				
預估每周課外學習時間 <u>9</u> 小時					

402693001 464893001	創意溝通專題：美術攝影創作	選修	上學期	3學分	廣告四 傳播碩
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				
上課內容 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					

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>				
上課內容 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>				
上課內容 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>				
<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。(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。(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。(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>				
上課內容 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>					

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	<p>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。</p>				
上課內容 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 &amp; 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 &amp; 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&amp;數位媒體環境；(十三) 社群行銷&amp; digital campaign planning。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

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	本課程是由臺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。				
上課內容 Course Description	(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。				
預估每周課外學習時間 <u>3</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。				
上課內容 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					

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	這是政大傳院的進階創意課。				
Course Objectives	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。				
上課內容	（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。				
Course Description					
預估每周課外學習時間 <u>6</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	這是政大傳院的進階創意課。				
Course Objectives	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。				
上課內容	（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。				
Course Description					
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>				
上課內容 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>					

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	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

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」雙元互動，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。				
上課內容 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：臺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、臺客文化精緻化—華視豬哥亮節目行銷企劃、從藝術品到文創品—《臺灣藍鵲》文創化、臺灣意象器物之開發、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>  3  </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。				
上課內容 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>  3  </u> 小時					

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。				
上課內容 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					

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。				
上課內容 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					

402779001	公共關係與公眾管理	選修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	This course examines the managerial role in public relations practice. Students increase their understanding of key dimensions in PR management, including professional ethics, concepts of excellence, strategic planning, media relations, business and financial regulations and terminology, crisis management and political dynamics and decision-making in diverse organizations. A variety of teaching /learning approaches—case studies, team projects, debates, simulations, student presentations, readings, and lectures—are used to enhance understanding and increase student responsibility for learning				
上課內容 Course Description	In this higher-level course, we will have discussions, lecture, in-class exercises, and team-based projects and individual assignments. This course will be taught in English. It is our goal to best prepare you for the real world. Most (if not all) readings are in English, and so are the lectures. This is aimed to provide you with the most current knowledge in the field and to help you be better prepared for the profession, which increasingly becomes globalized and demands English proficiency. You are also required to present and write in English for all the assignments, unless otherwise noted.				
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、與傳播學的理論，讓同學明瞭學理如何應用在市場區隔與行銷實務。				
上課內容 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> 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>				
上課內容 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>					

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>				
上課內容 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。				
上課內容 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					

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。				
上課內容 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					

402917001	企業公共關係	選修	下學期	3 學分	廣告系
課程目標 Course Objectives	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(四) 公關需要簡報能力，書寫能力更要能團隊合作。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>  3  </u> 小時</p>					

## 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

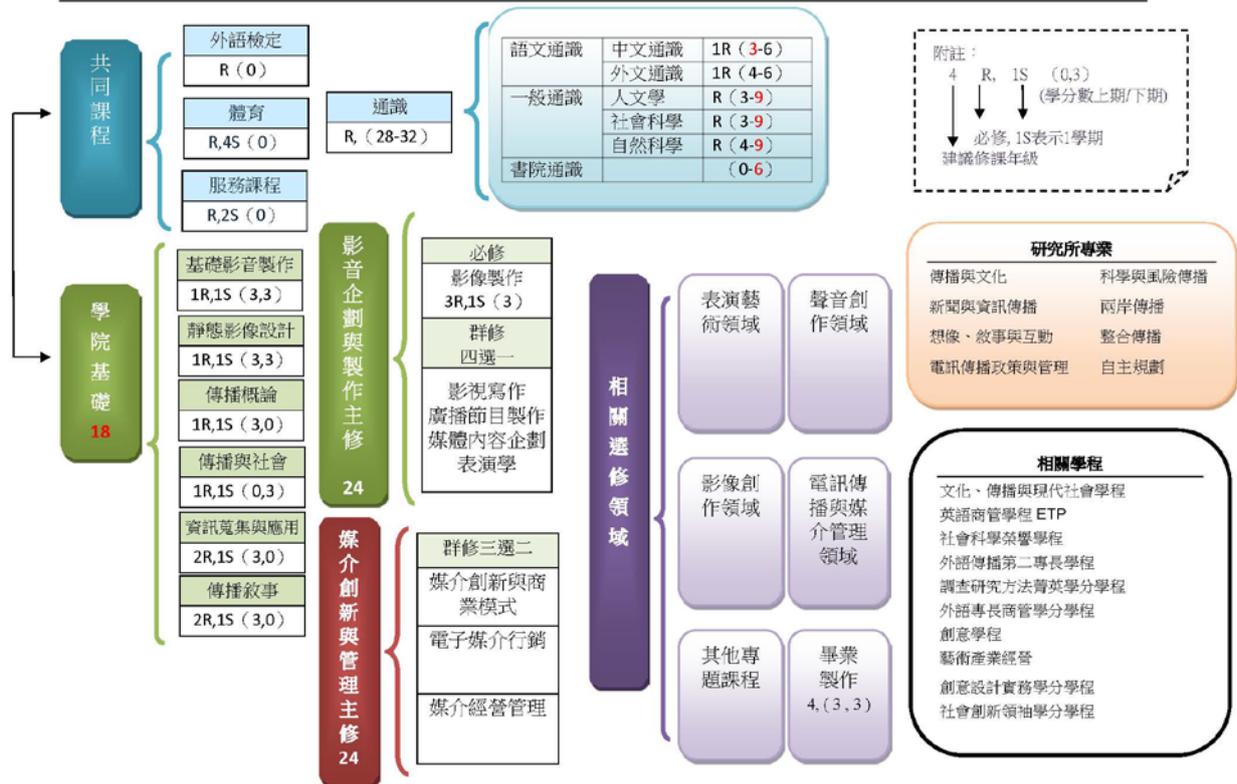
迎接數位匯流時代，愈來愈多的新影音平台與媒介裝置大量出現，例如：iPhone、iPad，或是 3D 立體影像與虛擬影像等。消費者的觀影情境和經驗改與過去大不相同，產製技術、媒介平台與產業模式也隨著網路科技的發展快速革新。因此，政大廣電系的目標，除了培養具人文素養、創意、批判思維能力的「企、編、導、製」內容創作人才外，也將加強對新科技的瞭解與技術運用，考量各種互動介面的設計，思考使用情境對影音內容消費的影響，以因應新媒介商業模式與管理政策等問題，為傳播事業注入新生命。

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

### 國立政治大學廣電學系學士班學習地圖106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

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

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	(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。
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
403053001 403053011	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
403817001	電子媒介行銷	群修	3.0
403883001	表演學	群修	3.0
403758001	數位媒體創意與實務	選修	3.0
403797001	聲音藝術與錄音工程	選修	2.0
403824001	專題—音樂策展與文化產業	選修	3.0

403832001	專題－電影與政治	選修	3.0
403872001	節目製作管理	選修	3.0
403874001	媒介生態	選修	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			
科目代號	課程名稱	修別	學分
403053001	影像製作	必修	3.0
403059001	廣播節目製作	群修	3.0
403060001	媒體內容企劃	群修	3.0
403761001	跨國影視產業與政策比較	選修	3.0
403763001	進階攝影專題	選修	3.0
403766001	動畫與影視特效	選修	3.0
403779001	影視製片與發行	選修	3.0
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

403943001	音響學	選修	3.0
大四上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
403056001	媒介經營管理	群修	3.0
403767001	圖像、影像與創新傳播	選修	3.0
403774001	文創影視產業生態研究	選修	3.0
403775001	當代華語電影研究	選修	3.0
403878001	專業實習	選修	1.0
大四下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
403770001	編劇學	選修	3.0
新開課程	劇場設計	選修	3.0

註：實際上課時間以教務處公告為準

## 伍、課程總覽

403053001 403053011	影像製作	必修	上學期	3.0	廣電系
課程目標 Course Objectives	<p>(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、中級單機製作及棚內多機製作能力並引導創造力。(三) 帶領學生認識產業趨勢、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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(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) 以單機資訊短片與棚內多機製作作業為訓練核心，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。</p>				
<p>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)</p>					

403054001	影視寫作	群修	上學期	3.0	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>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 教導學生研究不同類型電影的劇本結構和特色。(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。(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>3-5</u> 小時</p>					

403055001	媒介創新與商業模式	群修	上學期	3.0	廣電三
課程目標 Course Objectives	(一) 了解創新與商業模式的基本理論；(二) 從日常生活與動手作業反思理論與概念；(三) 能應用理論架構，分析新媒介的創新與商業模式個案				
上課內容 Course Description	(一) 創新理論與環境，創新者特質、組織文化與實踐障礙；(二) 商業模式概念與分析架構，以及設計流程與策略；(三) 從情境、生活脈絡與習慣等質性方法理解使用者；(四) 透過大數據等量化分使用者行為；(五) 使用者社群與廠商共同平台的共創機制；(六) 資源聯盟的成本結構，廣告、定價與獲利模式評估個案				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

40305601	媒介經營管理	選修	上學期	3.0	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。				
上課內容 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					

403059001	廣播節目製作	群修	下學期	3.0	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)				
上課內容 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>  3  </u> 小時					

403060001	媒體內容企劃	群修	下學期	3.0	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。				
上課內容 Course Description	(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。(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。(三) 以節目實務工作之探討分析，熟悉構思的程序與步驟。(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。(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。(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。				
預估每周課外學習時間 <u>  3  </u> 小時					

403758001	數位媒體創意與實務	選修	上學期	3.0	廣電三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 瞭解網路影音頻道產製及行銷企劃</p> <p>(二) 學習網路社群媒體行銷與數據分析</p> <p>(三) 培養社群媒體直播能力</p> <p>(四) 養成數位創新影音專業人才</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 線上影音與社群直播的發展已成為電視與新媒體匯流具體的實踐方式，包括產製方式與行銷型態的創新，自媒體帶來的影響與機會不容忽視，一種草根取向的內容開發和行銷作法正快速發展。</p> <p>(二) 本課程除了講授多螢幕社交電視概念與相關研究發現，本課程亦指導學生網路頻道企劃與觀眾經營，培養自媒體所需關鍵能力，包括內容企劃、頻道經營、粉絲管理、跨平台行銷，以及後台數據分析與社群分析工具應用。</p> <p>(三) 讓學生在專案執行、經營各組影音平台和粉專的過程中學習企劃、提案、製作、經營、社群互動和數據分析等實務經驗。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

403761001	跨國影視產業與政策比較	選修	下學期	3.0	廣電三
課程目標 Course Objectives	<p>(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</p>				
上課內容 Course Description	<p>(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，建議臺灣未來的影視政策方向</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

403763001	進階攝影專題	選修	下學期	3.0	廣電三
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。				
上課內容 Course Description	<p>(一) 攝影的定義</p> <p>(二) 攝影文化理論</p> <p>(三) 攝影的歷史發展</p> <p>(四) 靜態影像的各種實踐形式</p> <p>(五) 攝影創作實務及作業研討</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

403766001	動畫與影視特效	選修	下學期	3.0	廣電三
課程目標 Course Objectives	本課程為動畫創意之入門，內容包括各種技法、及原理的介紹，目標除了讓同學掌握基本入門技法、對動畫實作更有信心，也希望活化同學對動畫媒材與風格的思考。				
上課內容 Course Description	本課程分為三個單元，第一單元為媒材的探索，內容包括拼貼動畫、砂動畫、物體動畫及真人動畫；第二單元為動畫原理的介紹，以手繪為主要練習方式，認識角色動畫的原理及其應用；第三單元引進電腦軟體作為輔助，以 After Effect 為主要軟體，介紹其基本功能，以及在圖形動畫和角色動畫上的應用。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

403767001	圖像、影像與創新傳播	選修	上學期	3.0	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。				
上課內容 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>3</u> 小時					

403770001	編劇學	選修	下學期	3.0	廣電四
課程目標 Course Objectives	(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。 (二) 因為是實作課程，無法開放旁聽。 (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。				
上課內容 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>4</u> 小時					

403774001	文創影視產業生態研究	選修	上學期	3.0	廣電四
課程目標 Course objectives	認識目前臺灣影視產業（鏈）生態結構，以及新科技對影視產業的影響。				
上課內容 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>3</u> 小時					

403775001	當代華語電影研究	選修	上學期	3.0	廣電四
課程目標 Course Objectives	<p>（一）本課程以華語電影為研究核心，探討臺灣、香港、中國、海外地區等電影產製情況。</p> <p>（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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>（一）華語電影歷史演變與現況</p> <p>（二）臺灣電影產業與影片例證分析</p> <p>（三）中國電影產業與影片例證分析</p> <p>（四）香港電影產業與影片例證分析</p> <p>（五）海外電影產業與例證分析</p>				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

403779001	影視製片與發行	選修	下學期	3.0	廣電三
課程目標 Course objectives	<p>(一) 本課程主要以臺灣、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，藉以理解臺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。</p> <p>(二) 藉由分享電視節目製作產業實務經驗，引領學生貼近產業現實面觀察，思考產業所面臨的現況、困境，並且更進一步想像產業更多的可能性。本課程以教師授課為主，邀請講者為輔。修課後，同學應對電視節目製作產業有務實的想像，瞭解兩岸及國際目前電視節目製作產業概況，有助於未來有志於從事本產業的同學們，增加對產業有的基本認知以及態度。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 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。</p> <p>(二) 認識電視產業的基本生態架構(產業鏈與作業流程)，本課程以相關產業實務重要操作面向來進行初探。輔以酌情邀請產業實務卓越人士，與學生直接對話，雙向建構產學效能。課程分類：(1)敘事能力；(2)探訪軌跡；(3)產業變異、媒體革新與社群銜接；(4)認識 Game Show；(5)Variety show 的復興；(6)Drama 生態、趨勢；(7)兩岸產業環境的比較與競合。</p>				
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，(一) 為李亞梅老師上課內容；(二) 為薛聖茶老師上課內容					

403878001	專業實習	選修	上學期	0.0	廣電四
課程目標 Course Objectives	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>40</u> 小時					

403884001	進階電視製作－紀錄	選修	下學期	3.0	廣電三
課程目標 Course Objectives	一學期完成紀錄短片。				
上課內容 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	3.0	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。				
上課內容 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	3.0	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。				
上課內容 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> 小時					

403797001	聲音藝術與錄音工程	選修	上學期	2.0	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				
上課內容 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					

403799001	電視節目主持與製作	選修	下學期	3.0	廣電四
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。				
上課內容 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>  3  </u> 小時					

403817001	電子媒介行銷	群修	上學期	3.0	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。				
上課內容 Course Description	(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>  3  </u> 小時					

403824001	專題－音樂策展與文化產業	選修	上學期	3.0	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，觀察臺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>				
上課內容 Course Description	<p>(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；(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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

403832001	專題－電影與政治	選修	上學期	3.0	廣電三
課程目標 Course Objectives	<p>電影自發明以來，一直是高度政治性的：它或明白的成為有效的政治宣傳機器，或暗中成為某種意識型態的協力或灌輸工具；或者，電影也得以成為揭露、反思、批判或抵抗各類政治意識型態霸權的有力話語。通過這些認識，本課程也同時希望臺灣的知識青年，最後能夠真正認識政治的意義，並且通過電影回到政治，而非逃避它。</p>				
上課內容 Course Description	<p>本課程試圖通過不同主題之特定電影文本、與相關之論述文字的閱讀與討論，使學生能認識電影與政治之間多重、辯證的連結，以及電影做為政治話語的藝術、功能與意義。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

403872001	節目製作管理	選修	上學期	3.0	廣電三
課程目標 Course Objectives	就學習者過去所接觸傳播中之節目實作觀察與節目製作心得，分別就相關廣電內容產製特性、涉入節目經營與管理應用領域加以深入探討，使學習者能於本課程對整體節目製播環境有更深一層認知。				
上課內容 Course Description	<p>講授與課堂討論同時進行節目個案研究分析。學習者於相關課堂，對每一節目主題進行交叉討論方式為主。每位學習者必須在期末以分組方式各選一節目製作之管理個案提供完整書面報告。</p> <p>(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。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

403874001	媒介生態	選修	上學期	3.0	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。				
上課內容 Course Description	<p>(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) 公共傳媒生態：日本 NHK 的內容與 8K 發展；(六) 公共傳媒生態：韓國 KBS 的內容與 4K 發展；(七) 從 Netflix 看 OTT TV 發展；(八) 三大國際通訊社策略：AP、Reuters、AFP；(九) 國際傳播：半島電視；(十) 國際傳播：央視美洲台和新華社北美總分社；(十一) 媒介趨勢：Google 等社群媒體發展；(十二) 媒介趨勢：Fact Check；(十三) 媒介趨勢：數據新聞；(十四) 公民新聞：從立法院開放公民記者採訪看媒介趨勢。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

403883001	表演學	群修	上學期	3.0	廣電三
課程目標 Course Objectives	<p>(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。</p> <p>(二) 課堂每週筆記與看戲報告共三篇（所見、所思、所感）</p> <p>(三) 期中演出／期末呈現</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 劇場架構與進劇場行程說明；(二) Helmi workshop Mr. hit；(三) 基礎身體訓練；(四) 聲音訓練；(五) 劇本、繪本及日常片段練習；(六) 排練及公演呈現</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

403914001	電影欣賞與評鑑	選修	上學期	3.0	廣電三
課程目標 Course objectives	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 4 </u> 小時</p>					

4033779001	音響學	選修	上學期	3.0	廣電三
課程目標 Course objectives	<p>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</p> <p>(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</p>				
上課內容 Course Description	<p>(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、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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>  3  </u> 小時</p>					

	劇場設計	選	下學期	3.0	廣電四
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 介紹並應用劇場設計概念於舞台及影視作品</p> <p>(二) 從精讀劇本、批評作品到練習設計場景、音效、人物造型、燈光及投影</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 讀劇本，理解修辭與主題、人物與戲劇動作。</p> <p>(二) 熟悉設計者所需美學能力，應用於表現戲劇性（或非戲劇性）故事的情感節奏。</p> <p>(三) 從文字想像的文本（象徵主義劇本《群盲》）來規劃歷時與共時的視聽符號，幫助導演喚起觀眾對情節的感受。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>  3  </u> 小時</p>					

## 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
畢業至少 應修學分	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
	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
畢業至少 應修學分	3-6	4-6	3-9	3-9	4-9	0-6	18	24	54-58
	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

必修課程	傳播理論 (3 學分)	
	研究方法 (3 學分)	
進階專業課程	全球傳播與國際關係模組	國際形象與國際溝通 (3 學分) 全球化與跨國主義 (3 學分) 國際組織 (3 學分)
	媒體與行銷模組	社群媒體與行銷 (3 學分) 國際媒體與行銷 (3 學分) 傳播統計分析 (3 學分) 消費行為 (3 學分)
	政治傳播模組	政治傳播專題 (3 學分) 國際新聞寫作實務 (3 學分) 英語廣播實務 (3 學分) 專業實習 (2 學分)
	新媒體研究模組	新媒體匯流 (3 學分) 科學與圖像傳播 (3 學分) 電子遊戲與社會 (3 學分)

## 參、畢業門檻檢定及修業規定

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	(一) 畢業學分: 32 學分 (含必修 6 學分)。 (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

	<p>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)：研究生在學滿一年且修畢「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
461886001	國際新聞寫作實務	選	3
461887001	英語廣播實務	選	3
461888001	電子遊戲與社會	選	3
461918001	全球化與跨國主義	選	3
461941001	國際形象與國際溝通	選	3
下學期			

461891001	新媒體匯流	選	3
461903001	政治傳播專題	選	3
461910001	國際組織	選	3
461913001	國際媒體與行銷	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
新開課程	社群媒體與行銷	選	3
新開課程	科學與圖像傳播	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	(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。(二) 培養對理論進行驗證或拓展的能力。(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				
上課內容	(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。(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。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

461003001	傳播理論	必修	上學期	3 學分	國傳碩一
課程目標	(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。(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。				
上課內容	(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)。(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)				
預估每周課外學習時間 <u>6-8</u> 小時					

461886001	國際新聞寫作實務	選修	上學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標	帶領學生從認識外國媒體報導的基本架構、選擇報導國際讀者所關注的議題、當地事件，到搜尋、拓展可靠新聞報導來源，進一步以英文與跨國的公司、機構進行訪談，並撰寫專業的英語大眾新聞報導及廣播報導。				
上課內容	(一)概述大眾媒體經濟及外媒運作方式；(二)認識報導的類型：最新消息、專題報導、分析評論；(三)如何找到適合外媒報導的當地新聞；(四)新聞資料及消息來源；(五)訪談技巧；(六)廣播報導寫作。				
預估每周課外學習時間 <u>3-5</u> 小時					

461888001	電子遊戲與社會	選修	上學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標	(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。(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。(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。				
上課內容	<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>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

461891001	新媒體匯流	選修	下學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標	(一) 認識最新的媒體科技趨勢及可能影響傳播產業和組織的革新技術；(二) 認識新媒體匯流如何形成；(三) 學習如何以分析的角度進行新媒體匯流現象的研究。				
上課內容	藉由探討 SoLoMo 科技對快速變化的媒體界所帶來的影響，介紹一系列關於媒體匯流的重要爭議。學生將學習如何在個人、組織、企業層面用分析的角度去認識媒體匯流現象。接著進一步分析各種匯流的科技如何影響電子媒體、網路、行動裝置產業，以及因著新興傳播科技普及與使用而涉及的政治、經濟、社會、文化議題。				
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	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。				
上課內容	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	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）臺灣的國際組織參與情形。				
上課內容	（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）臺灣的國際組織參與：UN、WTO、WHO、APEC				
預估每周課外學習時間 <u>  3  </u> 小時					

461913001	國際媒體與行銷	選修	下學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標	本課程主要討論個人、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。				
上課內容	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					

461918001	全球化與跨國主義	選修	上學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標	認識各文化、各國家之間因著全球化與跨國主義所形成錯綜複雜的關係是如何形成並影響這個全球化社會。				
上課內容	著重探討全球化及跨國主義如何形成以及如何影響當前世界。先從「猶太人的離散」來討論媒體與全球化，進一步研究多元文化融合論。				
預估每周課外學習時間 <u>  3  </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	<p>(一) 教授和傳播領域相關之基本統計觀念。</p> <p>(二) 培養進行量化研究之能力，包括資料之處理、分析與撰寫。</p>				
上課內容	<p>(一) 本課程的範圍，從最基本之次數分配至複迴歸分析。</p> <p>(二) 本課程將有 3-4 次作業。</p> <p>(三) 期末報告為次級資料分析，需繳交完整論文一篇。</p>				
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	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。				
上課內容	(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					

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	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。				
上課內容	(一) 國際形象理論：一個建構論的取徑 (二) 國際形象與文化脈絡：東亞、中東、美國、西歐 (三) 案例研究				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

461942001	專業實習	選修	下學期	2 學分	國傳碩一、二
課程目標	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。				
上課內容	<p>(一) 實習的長度至少需為每天八小時，並持續一個月。</p> <p>(二) 實習期間不需於寒暑假。</p> <p>(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。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>40</u> 小時					

新開課程	科學與圖像傳播	選修	下學期	3 學分	國傳碩一、二
課程目標	<p>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：</p> <p>(一) 重視圖像、影像的實驗精神；(二) 拓展對影像敘事的想像。</p>				
上課內容	<p>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。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

## 陸、課程檢核及修業規劃表

國傳碩

姓名：\_\_\_\_\_

學號：\_\_\_\_\_

碩一上

課程名稱		上課時間	類別	學分數
傳播理論			必修	3
研究方法			必修	3
類別	必修課程	進階專業(選修)課程	系外選修課程	總計
畢業至少應修學分	6	20-26	0-6	32
至本學期累計修畢				

碩一下

課程名稱		上課時間	類別	學分數
類別	必修課程	進階專業(選修)課程	系外選修課程	總計
畢業至少應修學分	6	20-26	0-6	32
至本學期累計修畢				

碩二上

課程名稱		上課時間	類別	學分數
類別	必修課程	進階專業(選修)課程	系外選修課程	總計
畢業至少應修學分	6	20-26	0-6	32
至本學期累計修畢				
資格評鑑				
碩士論文				

碩二下

課程名稱			上課時間	類別	學分數
類別	必修課程	進階專業(選修)課程	系外選修課程	總計	
畢業至少應修學分	6	20-26	0-6	32	
至本學期累計修畢					
資格評鑑					
碩士論文					

# **International Master's Program in International Communication Studies Curriculum Introduction**

## **1. 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.

### **1.1 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.

### 1.2 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.

## 2. Course Map

Required Courses	Communication Theories (3 credits)	
	Research Methods (3 credits)	
Advanced Professional Courses	Global Communication and International Relations	International Images and Global Communication (3 credits) Globalization and Transnationalism (3 credits) International Organization (3 credits)
	Media and Marketing	Social Media and Marketing (3 credits) International Media and Marketing (3 credits) Statistics in Communication (3 Credits) Consumer Behavior (3 credits)

	Political Communication	Political Communication (3 credits) News Reporting and Writing (3 credits) English Radio Basics (3 credits) Internship (2 credits)
	New Media Studies	Media Convergence (3 credits) Science and Visual Narrative Communication (3 credits) Digital Games and Society (3 credits)

### 3. Program Requirements and Regulations

Total Academic Credits	32 credits
Required Courses	Communication Theory (3 credits) + Research Methods (3 credits)
Program Regulations	<p>Credit Requirements:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● In order to graduate, students must earn a total of 32 credits, including 6 credits from required courses.</li> <li>● 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.</li> </ul> <p>Instruction Method:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Courses are all taught in English.</li> <li>● Some courses may offer online instruction for long-distance learning.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Enrollment Qualifications for the Master’s Degree:</li> <li>● Students must be enrolled in the program for at least one year and successfully complete the two required courses: “Communication Theory” and “Research Methods.”</li> <li>● 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.</li> </ul> <p>Thesis Requirements:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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.</li> <li>● After successfully passing the thesis proposal, qualified candidates may then apply for the formal oral defense.</li> <li>● Students are required to write a thesis in English. The thesis format must comply with standard academic norms.</li> </ul>
--	--

## 4. Course Schedule

Fall Semester			
Course Code	Course Title	Type	Credits
461002001	Research Methods (1st year)	Required	3
461003001	Communication Theory (1st year)	Required	3
461886001	News Reporting and Writing	Elective	3
461887001	English Radio Basics	Elective	3

461888001	Digital Games and Society	Elective	3
461918001	Globalization and Transnationalism	Elective	3
461941001	International Images and Global Communication	Elective	3
Spring Semester			
Course Code	Course Title	Type	Credits
461891001	Media Convergence	Elective	3
461903001	Political Communication	Elective	3
461910001	International Organization	Elective	3
461913001	International Media and Marketing	Elective	3
461920001	Statistics in Communication	Elective	3
461935001	Consumer Behavior	Elective	3
461942001	Internship	Elective	2
	Social Media and Marketing	Elective	3
	Science and Visual Narratives Communication	Elective	3

Note: Course schedule is subject to changes

## 5. Detailed Course Descriptions

461002001	Research Methods	Required	Fall Semester	3 credits	1st year, 2nd year
Course Objectives	<p>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.</p>				
Course Description	<p>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.</p>				
<p><u>  3  </u> hours of out-of-class student work expected per week</p>					

461003001	Communication Theories	Required	Fall Semester	3 credits	1st year, 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 out-of-class student work expected per week	

461888001	Digital Games and Society	Elective	Fall Semester	3 credits	1st year, 2nd year
Course Objectives	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Examine the structure and dynamics of the digital games industry and their market</li> <li>2. Review different theoretical approaches (games, play, and media theories) to digital games as cultural forms</li> <li>3. Examine the social and psychological impacts of digital game content critically, including violence, morality, and persuasion effects etc.</li> <li>4. Explore the emerging online gaming, identity and representation within games and game-playing communities</li> <li>5. Discuss the use of digital games for educational and persuasive purposes</li> </ol>				
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>				

	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!
<u>6</u> hours of out-of-class student work expected per week	

461891001	Media Convergence	Elective	Spring Semester	3 credits	1st year, 2nd year
Course Objectives	<p>The media industries are transforming by the forces of emerging and convergent technologies. This course is essential for IMICS students to get familiar with emerging technologies and learn how to use the knowledge and training to conduct new media user research and address practical issues in media management or related aspects. Specifically,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●students will become aware of latest media technological trends and get familiar with innovations that have potential impacts on media industries and organizations;</li> <li>●students will understand how new media and convergence are shaped by social, political/legal, economic/market and cultural driving forces;</li> <li>●students will learn how to apply analytical lenses to conduct research about convergent new media phenomenon.</li> </ul>				
Course Description	<p>This graduate seminar class will introduce students a range of fundamental issues about new media convergence by examining the impact of SoLoMo technologies on fast-changing media landscape. Students will learn how to use analytical lenses to understand fast-changing media convergence phenomenon at individual, organizational, and industry levels. Next, it will examine how various converging technologies affect traditional electronic mass media, Internet, and mobile industries. The political, economic, social, and cultural issues involved in the evolution, diffusion and usage of emerging communication technologies will be investigated.</p>				
<u>3</u> hours of out-of-class student work expected per week					

461903001	Political Communication	Elective	Spring Semester	3 credits	1st year, 2nd year
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.				
Course Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>• the roles of mass media in Postmodern Democracy</li> <li>• how political actors compete over the news media</li> <li>• the agenda-setting and image-setting functions of mass media in election campaigns</li> <li>• comprehend the agenda-setting and image-setting functions of mass media in election campaigns</li> <li>• the strategic uses of polling in election campaigns</li> <li>• case study of political ads in Taiwan's major political campaigns</li> </ul>				
<u>4</u> hours of out-of-class student work expected per week					

461910001	International Organization	Elective	Spring Semester	3 credits	1st year, 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>3</u> hours of out-of-class student work expected per week	

461913001	International Media and Marketing	Elective	Spring Semester	2 credits	1st year, 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</p>				

	<p>elites) in dialogues that transcend national boundaries. These changes open up new lines of thinking and new influence opportunities for activists.</p> <p>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>
<p><u>  3  </u> hours of out-of-class student work expected per week</p>	

461918001	Globalization and Transnationalism	Elective	Fall Semester	3 credits	1st year, 2nd year
Course Objectives	<p>The purpose of this class, in short, is to sensitize you to the intricate and intertwining relationships between the overall process of the on-going globalization and its manifestation in both the action and the imagination of people’s cross-border migration, and thus to help you with the relevant literature in which you may pinpoint your interest and develop it into your MA or Ph. D. thesis.</p>				
Course Description	<p>This seminar focuses on the role of globalization and, specifically, of transnationalism, defined as the variety of cultural inter-connections and trans-border movements and networks which have intensified under conditions of late capitalism, in the global society. We shall proceed from the discussion of media and urban globalization, through the topic of diaspora, to the final study of multiculturalism.</p>				
<p><u>  3  </u> hours of out-of-class student work expected per week</p>					

461920001	Statistics in Communication	Elective	Spring Semester	3 credits	1st year, 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 out-of-class student work expected per week	

461935001	Consumer Behavior	Elective	Spring Semester	3 credits	1st year, 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	<p>Unit 1 Introduction: Examining consumer behavior from multiple perspectives.</p> <p>Unit 2 Consumer Decision Process and Search</p> <p>Unit 3 Evaluation and Purchase</p> <p>Unit 4 Post purchase behavior</p> <p>Unit 5 Consumer Perceptions</p> <p>Unit 6 Consumer Learning and formation of attitudes</p> <p>Unit 7 Consumer motivations and cognition</p> <p>Unit 8 Demographics, Psychographics, and Personality</p> <p>Unit 9 Consumer Culture</p> <p>Unit 10 Sub culture and Social classes,</p> <p>Unit 11 Group references and social network</p> <p>Unit 12 Consumer’s self-concept and lifestyle</p> <p>Unit 13 Symbolic consumption</p>
<p><u>5</u> hours of out-of-class student work expected per week</p>	

461941001	International Images and Global Communication	Elective	Fall Semester	3 credits	1st year, 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. Chinese-ness 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>	

461942001	Internship	Elective	Spring Semester	2 credits	1st year, 2nd year
Course Objectives	<p>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.</p>				
Course Description	<p>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).</p>				
<p><u>40</u> hours of out-of-class student work expected per week</p>					

	News Reporting and Writing	Elective	Fall Semester	3 credits	1st year, 2nd year
Course Objectives	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Understand basic print (Internet) and broadcast reports by foreign media</li> <li>2. Choose local stories of interest to international audiences (readers)</li> <li>3. Find and develop reliable sources for news stories</li> <li>4. Conduct an interview, in English, with multinational firms and agencies</li> <li>5. Write a professional mass-market news story in English</li> <li>6. Voice a spot news story in English for broadcast media</li> </ol>				
Course Description	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. How foreign media gather and write news; overview of mass media economy</li> <li>2. Types of stories (spot, feature, analysis)</li> <li>3. Why some stories are right for foreign audiences</li> <li>4. Ways to find appropriate stories in Taiwan for foreign media</li> <li>5. Sources for phone and in-person interviews</li> <li>6. Written sources (press releases, official websites)</li> <li>7. Interview techniques</li> <li>8. Written communication with news sources</li> <li>9. Format of a spot news story (order of information)</li> <li>10. Writing style of a spot news story (word choices, sentence structures)</li> <li>11. Writing radio scripts (order of information, language)</li> <li>12. Pronunciation of radio scripts and use of radio equipment</li> <li>13. Discussion on the foreign media job market in Asia</li> </ol>				
<u>3-5</u> hours of out-of-class student work expected per week					

	Social Media and Marketing	Elective	Spring Semester	3 credits	1st year, 2nd year
Course Objectives	This course aims to help students understand the strategic use of social media from both scholarly and professional perspectives. Students will read scholarly articles about important issues confronting the advertising and public relations industries, converging around digital and social communication. Through lecture, discussion, and case studies of successful social media marketing campaigns from the past, students will also come to understand how to use social media strategically to create value for a client or organization.				
Course Description	Social media play a key role in campaigns and the daily work of marketing, advertising and public relations professionals. This class will integrate the growing research in the area with the social media practices in these industries.				
<u>3</u> hours of out-of-class student work expected per week					

	Science and Visual Narrative Communication	Elective	Spring Semester	3 credits	1st year, 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"> <li>1. Structures and illustrations of illustrated non fiction books</li> <li>2. Science documentaries on TV</li> <li>3. Animated infographics and internet videos</li> </ol>				
<u>2-3</u> hours of out-of-class student work expected per week					

## 6. Course curriculum planning worksheet

**IMICS**

Name : \_\_\_\_\_

Student ID number : \_\_\_\_\_

Course Title		Course Time	Type	Credits
Communication Theory			Required	3
Research Methods			Required	3
Category	Required Credits	Elective Credits (offered by IMICS)	Elective Credits (offered by other departments)	Total
Credits Required for Graduation	6	20-26	0-6	32
Number of Credits Taken So Far				



# 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、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

### 貳、課程地圖



## 參、修業規定

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
462910001	服務型機器人在產業中的應用	選修	3
462914001	社群媒體資料分析	選修	3
462949001	多媒體網路	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
462909001	設計思考	選修	3
462912001	網路搜索與探勘	選修	3
462919001	3D 虛擬世界建構	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。				
上課內容 Course Description	<p>(一) Theory</p> <p>1. A short introduction of design. 2. The science of design. 3. Design thinking. 4. Design-inspired innovation.</p> <p>(二) Methods</p> <p>1. Ideation and design principles. 2. Design strategy. 3. Contextual inquiry. 4. Persona. 5. Scenarios, stories, and use cases.</p> <p>(三) Practices</p> <p>1. Project management. 2. Prototyping. 3. Evaluation.</p>				
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 relate issues and technologies.				
上課內容 Course Description	<p>(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</p>				
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>				
上課內容 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>				
上課內容 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 464895001	社群媒體資料分析	選修	上學期	3 學分	數位碩二 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。				
上課內容 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					

462926001	服務型機器人在產業中的應用	選修	上學期	3 學分	數位碩一 數位碩二
課程目標 Course Objectives	本課程與鴻海集團子公司「沛博科技」(Pepper 機器人公司)產學合作。「沛博科技」團隊於政大傳播學院建立全國第一個「Pepper 教學與研發中心」。以 Pepper 機器人為平台，結合物聯網、大數據，共同開發未來數位內容與服務型機器人產業。				
上課內容 Course Description	<p>全程為實作課程，為政大相關領域老師與「沛博科技」業師共授。(一) 介紹服務型機器人目前於各產業中之實例，建立學生了解服務型機器人知識模組、使用經驗與產業基本知識。(二) 結合機器人基本知識與田野調查兩大方式，深入各產業了解服務自動化需求與痛點，提出產業發展、服務自動化服務流程、設計等建議。(三) 延續期中田野調查之市場痛點，訂定解決方案，尋找產業痛點。透過分組方式了解，於期末進行創意提案，成為 Pepper 開發基石。</p>				
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。				
上課內容 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術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，或是發展新技術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>				
上課內容 Course Description	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。				
預估每周課外學習時間 <u>2</u> 小時					

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>				
上課內容 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	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 4-6 </u> 小時</p>					

462909001	設計思考	選修	下學期	3 學分	數位碩
課程目標 Course Objectives	培養同學運用設計思考發掘問題，解決問題的能力。				
上課內容 Course Description	本課程教學內容：設計思考的歷史以及人本設計的精神、設計思考的主要方法及程序、運用這些方式發掘問題，定義問題，提出解答、製作原型進行評估及迭代、透過實作瞭解設計思考的應用、透過分組合作了解不同領域，不同背景的觀點、扮演團隊中的不同角色、考慮創意創新和創業的可能性。				
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"> <li>1. to provide an overview of Web Search and Mining related research</li> <li>2. to systematically review the core research topics in the field</li> <li>3. to show case the most recent research progress</li> <li>4. to give students enough training for doing research in the field and an opportunity to work on a research project</li> </ol>				
上課內容 Course Description	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Web Search (1)Evaluation (2)Retrieval Model (3)Language Model (4)Link Analysis (5)Web Crawling</li> <li>2. Web Mining (1)Classification (2)Clustering (3)Learning to Rank (4)Recommendation</li> </ol>				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

462919001	3D 虛擬世界建構	選修	下學期	3 學分	數位碩
課程目標 Course Objectives	以 unity3D 與 Maya 為工具，教導學生如何建立一個虛擬的 3D 互動世界。目標為養成學生的 3D 建模與動畫能力，互動程式能力，互動設計能力				
上課內容 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 環境場景製作</li> <li>- 角色設計與製作</li> <li>- 動畫設計</li> <li>- AI 程式設計</li> <li>- 物理程式設計</li> <li>- 配樂與音效</li> <li>- 互動設計</li> </ul>				
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
課程目標 Course Objectives	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：(一)瞭解 Web 的基本運作原理與 Web 2.0 的概念與特色。(二)學習 Web 2.0 程式設計基礎。(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。(四)探究網路社群與各類應用程式的特色。(五)學習開發網路社群應用程式。(六)學習自主與分組學習以及跨領域合作。				
上課內容 Course Description	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 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 3. Project (1)Team up (2)Project theme and initial design (3)Project work (4)Project Demo				
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
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				
上課內容 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。				
上課內容 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

數位內容碩士學位學程

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

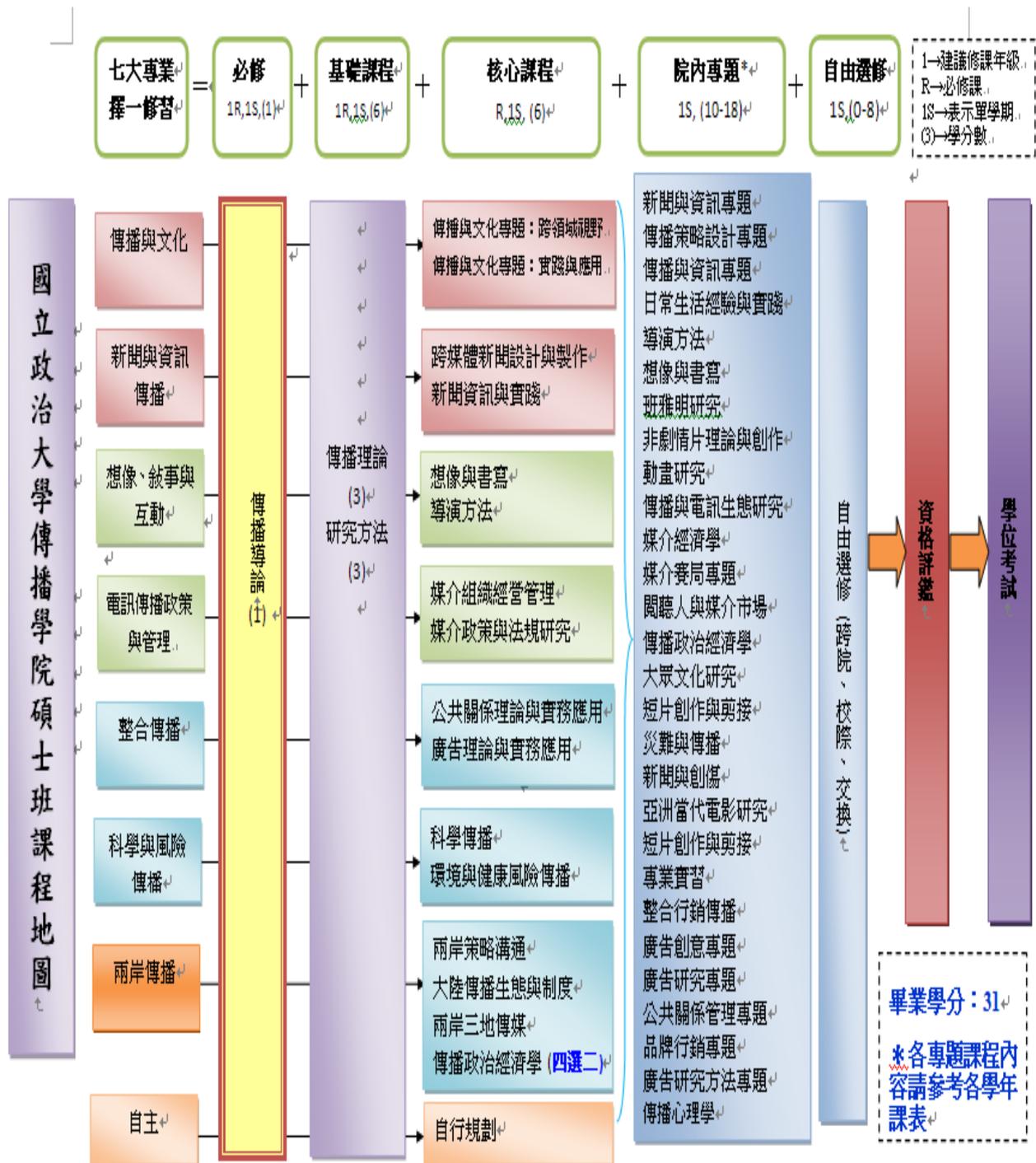
本院碩士生畢業後大致可區分為二途，有些學生繼續攻讀國內外博士學位、並服務於臺灣本地學術界。本院在碩士階段給予紮實的學術養成和思維訓練，使畢業生們得以在其後的學術和實務界的競爭中勝出，因而也成就了本院碩士班的社會影響力。

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

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
464915001	導演方法	選	3
464872001	公共關係理論與實務應用	選	3
464876001	科學傳播	選	3
464874001	媒介政策與法規研究	選	3
464886001	製程管理－媒介創新與創業	選	3
464887001	民意原理	選	3
464895001	社群媒體資料分析	選	3
464913001	文化創意產業發展策略與實例	選	3
464918001	閱聽人與媒介市場	選	3
464924001	品牌行銷專題研究	選	3
464930001	大眾文化研究	選	3
464937001	專業實習	選	1
464846001	媒體與創傷	選	3
464947001	當代大眾傳播問題	選	3
464948001	運動、媒體與社會	選	3
464848001	電影欣賞與評鑑	選	3

464841001	服務型機器人在產業中的應用	選	3
464845001	2017 東京「想像亞洲」創作實務工作坊	選	1
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
464865001	新聞資訊與實踐	選	3
464875001	媒介組織經營管理	選	3
464873001	廣告理論與實務應用	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
464880001	社交與娛樂媒體	選	3
464888001	媒介經濟學	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
464899001	電通安吉斯講堂	選	3
464900001	廣告創意－洞察、體驗暨溝通	選	3
464906001	報導文學	選	3
464917001	專題－短片編劇與賞析	選	3
464919001	日常生活經驗與實踐	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
484847001	廣電敘事研究	選	3
464849001	閱聽人研究	選	3
464850001	批判傳播理論——新媒體篇	選	3
464851001	聲音藝術與錄音工程	選	2
464859001	媒體實踐理論與方法	選	3
464939001	跨文化傳播專題	選	3
464843001	公共關係管理專題	選	3
464842001	實驗設計	選	3
464844001	中國新媒體研究	選	3
464841001	服務型機器人在產業中的應用	選	3
464856001	設計未來傳播	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
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。				
上課內容 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.				
上課內容 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>				
上課內容 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>				
上課內容 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>6</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>(一) 熟悉研究方法基礎知識。</p> <p>(二) 了解量化與質化研究方法及其應用。</p> <p>(三) 介紹方法論與操作實踐的關係，並能進行傳播研究。</p> <p>熟悉大數據和社群媒體研究方法與應用最新發展。</p>				
上課內容 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>This class is developed with the following objectives in mind, including:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Help students understand the relationship between communication phenomena and communication research methods;</li> <li>2. Help students understand a variety of research methods and measurement techniques;</li> <li>3. Improve students' critical thinking capability in terms of evaluating research methods;</li> <li>4. Equip students with the capability of developing, conducting, and analyzing communication research.</li> </ol>				
上課內容 Course Description	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Course Introduction Science and Research;</li> <li>2. Research Ethics;</li> <li>3. Conceptualization, Operationalization, Measurement, and Research Design;</li> <li>4. Validity and Reliability;</li> <li>5. Case Study;</li> <li>6. Group Meeting;</li> <li>7. Group Presentation;</li> <li>8. Experimentation;</li> <li>9. Midterm Exam;</li> <li>10. Sampling Quiz 1;</li> <li>11. Guest Lecture: Big Data Analysis;</li> <li>12. Survey Quiz 2;</li> <li>13. SPSS Workshop 1;</li> <li>14. Content Analysis Quiz 3;</li> <li>15. SPSS Workshop 2;</li> <li>16. Guest Lecture: Qualitative Research Methods;</li> <li>17. Group Discussion Term Project Submission</li> </ol>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3-5</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。				
上課內容 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。				
上課內容 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>12</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	<p>(一) 教授跨媒體新聞設計與製作所需之學理</p> <p>(二) 培養學生進行跨媒體新聞研究與創作之能力</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) (跨)媒體與新聞發展</p> <p>(二) 新聞與敘事</p> <p>(三) (跨)媒體與新聞敘事</p> <p>(四) 網路與新聞</p> <p>(五) 跨媒體新聞與使用者</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

464915001	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>				
上課內容 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					

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	At a graduate-level, this course is aimed to introduce you to the professional and academic work in the broad area of public relations. The goals of the course are: (1) to develop your understanding of public relations and communication management, its process, and its impact; (2) to cultivate your ability in critical thinking about the complicated theoretical and practical issues involved in this area's developments.				
上課內容 Course Description	The class includes lectures but is largely comprised of in-class discussions and interactions. In a form of a seminar, it requires active participation of every class member in order to be a successful, valuable, and interesting class. Although the professor decides the directions of the class, the students have major responsibility to contribute to class content, bringing materials and ideas to the class. The majority of the course materials (including readings and exams) are in English, and so may be part of the lectures. This is aimed to provide you with the most current knowledge in the field and to help you be better prepared for the profession or future academic career, which increasingly demands English proficiency. However, you may use Chinese when you speak and in your written work, including the exam.				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </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。				
上課內容 Course Description	(一) 科學傳播的方向與未來；(二) 政治情境下的科學；(三) 科學素養／知識的概念與測量；(四) 對於科學知識的不同想法；(五) 認知捷徑與科學態度；(六) 認知捷徑的交互作用影響；(七) 媒體與公眾科學參與；(八) 行為的促進；(九) 媒體中的科學；(十) 媒體對爭議科學的報導(應然與實然)；(十一) 科學的文化內涵；(十二) 新媒體；(十三) 新媒體上的科學訊息；(十四) 大眾影片或紀錄片之影響				
預估每周課外學習時間 <u> 4 </u> 小時					

464874001	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的內容，希望同學能掌握本課程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，也探討我國的電訊傳播政策與法規，並且讓修課學生有分析與應用電訊傳播法規的能力。				
上課內容 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、網路媒體的規範 (VOIP, OTT) (十一) 數位媒體與數位匯流法規。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464886001	製程管理－媒介創新與創業	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(一) 瞭解產業創新創業的理論知識， (二) 培養媒體產業創新創業的能耐， (三) 探索創新創業的可能機會。				
上課內容 Course Description	(一) 創新理論，創業系統，商業模式等知識研討 (二) 創新創業個案研討 (三) 大數據，內容導購，社會企業，網紅自媒體等創業家面對面直擊＋著名媒體事業參訪 (四) 創業計劃實作練習。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

464887001	民意原理	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 啟迪民意理論的基本觀念、研究、歷史、途徑、著重傳播與民意</p> <p>(二) 引導、瞭解民意測驗的實務、解析</p> <p>(三) 討論台灣民意測驗的過程、成果與影響</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 民意研究的歷史；(二) 民意研究的歷史；(三) 民意研究的途徑；(四) 民意研究的途徑；(五) 意見的形成；(六) 大眾傳播與民意；(七) 民意測驗的功用與影響；(八) 討論台灣民意測驗的功用與影響；(九) 民意與選舉；(十) 歷年來台灣民意與選舉相關實例解析；(十一) 民意測驗的過程與方法。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

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	<p>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。</p>				
上課內容 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>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

464918001	閱聽人與媒介市場	選修	上學期	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。				
上課內容 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>3</u> 小時					

464913001	文化創意產業發展策略與實例	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	文化是族群集體記憶與歷史軌跡，也是生活方式真實的呈現；而創意是提昇價值的創新思維或作法，予以商品化或傳播化，因此所謂文創，就是在文化基礎下，所進行的創新思維或作為。簡單的說「文創＝文化＋創意」，當然二者不應只是物理性的結合，更應該做化學性的質變，以創造 1+1>2 的綜效 (synergy)，創意執行後可超出原有價值，創造額外的價格、功能、使用壽命、使用範圍、便利性.....等附加利益，形成可預見、可量化的價值提昇 (value-added)。  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。				
上課內容 Course Description	(一) 導論：文創與其相關領域；(二) 文創管理 I：消費者管理；(三) 文創管理 II：商品管理；(四) 文創管理 III：品牌管理；(五) 文創管理 IV：行銷活動管理；(六) 城市文創行銷；(七) 台北城市美學之形塑：文創行銷思維；(八) 博物館文創行銷；(九) 內容商品文創行銷；(十) 在地文化文創行銷；(十一) 工廠文創行銷；(十二) 商圈文創行銷；(十三) 他項商品文創行銷；(十四) 區域文創行銷：《瀨戶內海藝術季》個案；(十五) 結論：回歸「文化」與「創意」；(十六) 校外參訪；(十七) 期末報告				
預估每周課外學習時間 <u>3</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	(一) 理解並能應用品牌行銷相關理論 (二) 利用整合行銷傳播理論發展國際競爭品牌 (三) 利用故事行銷發展品牌個性。				
上課內容 Course Description	1. Brands & Brands Management      2. Brands Positioning & Values 3. Customer-based Brand Equity      4. Choose Brand Elements 5. Marketing Strategy to Brand Equity    6. Marketing Programs to Brand Equity 7. Mid-Term Exam      8. IMC to Build Brand Equity 9. Secondary Brand Knowledge to Brand Equity 10. Measurement on Brand Equity      11. Measuring Sources of Brand Equity 12. Implementing Brand Strategies      13. Brand Extensions 14. Brands Management				
預估每周課外學習時間 <u>  3  </u> 小時					

464930001	大眾文化研究	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	(一) 探討閱聽人對於大眾文化商品投注情感、時間與金錢的行為與心態。 (二) 特別關注由各種傳播科技和內容型式交錯構成的文化消費活動，尤其是「迷」文化的社群組成、情感動員、與科技應用。				
上課內容 Course Description	(一) 學期前半閱讀大眾文化相關的基本研究方向以及相關重要文章，包括：都市經驗、消費、日常生活之政治等等。 (二) 其後閱讀各種個案實例研究，檢討研究，並分享心得。閱讀的重點特別注意各篇的理論構成與研究方法。				
預估每周課外學習時間 <u>  6  </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	<p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p> <p>(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。</p>				
上課內容 Course Description	依各實習單位規定之。				
預估總學習時間 <u>160</u> 小時					

464846001	媒體與創傷	選修	上學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>學生在上完本課程希望能：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 認識創傷壓力來源與創傷的重要性</li> <li>2. 製作訊息過程中能覺知可能帶來的創傷後果</li> <li>3. 正視自己的壓力來源並尋求支持</li> <li>4. 具有媒體與創傷相關議題的研究能力</li> </ol>				
上課內容 Course Description	<p>傳播學院的學生不論是紀實敘事或是創意敘事，皆無法避免處理創傷新聞、事件與記憶，無論是拍攝、報導與故事製作，如何面對有創傷經驗的目擊者或受害者，如何詮釋創傷故事、瞭解創傷敘事帶來的影響，又如何釋放因為工作而累積的壓力。台灣新聞傳播教育長期缺乏創傷素養的相關課程，希望藉由此課程簡介基本創傷素養與資源，並提供討論空間與辯證與模擬實作機會。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3~6</u> 小時					

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) 運用傳播學理，探索當前重要傳媒議題的歷史根源，進而分析並評比舒緩這些問題的不同方案。</p> <p>(二) 豐富媒體素養、參與社會/媒體興革的認知與能力，並在瞭解本地傳媒及其運作環境後，掌握新聞及傳播工作的價值。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 探討「當代與歷史、世界與台灣」的連結，討論「中國因素」及「美國因素」與台灣傳媒的關係。</p> <p>(二) 釐清解嚴後的台灣媒體特徵，並給予評價。</p> <p>(三) 英美歐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>					

464948001	運動、媒體與社會	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>本課程藉由運動此一當代社會極為重要的文化活動，透過西方學界的批判社會理論視野，探討本地運動文化及運動媒體的發展歷程</p>				
上課內容 Course Description	<p>本課程提供同學分析文化活動的批判社會學訓練，另一方面也解析媒體在運動等文化活動中所扮演的角色，主題包括運動媒體與國族、殖民、商品化、性別化、階級、種族、景觀社會等。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

464848001	電影欣賞與評鑑	選修	上學期	3 學分	傳播學、碩
課程目標 Course Objectives	<p>本課程將選用影視文本作為主要解析個案，透過逐鏡分析的近距閱讀，深入理解影視文本意義的句法構成、成文方法與語境意義，進而聯繫同學在各種課程上所學之諸般影視、敘事或傳播理論。</p> <p>所選文本將跨越不同的時代、主要的國族文化、從紀實到虛構的影片類型、由文學至動漫與電影電視的流行文化文本。並且，兼及不同的文化語境主題。所選文本視學校典藏、著作權規範和與同學之教學互動而或有調整。</p>				
上課內容 Course Description	<p>本課程之目標在總合想像敘事學程研究生之視覺傳播相關知識，並用於各類型影視文本之閱讀與分析。希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。</p> <p>本課程將選用影視文本作為主要解析個案，透過逐鏡分析的近距閱讀，深入理解影視文本意義的句法構成、成文方法與語境意義，進而聯繫同學在各種課程上所學之諸般影視、敘事或傳播理論。</p> <p>所選文本將跨越不同的時代、主要的國族文化、從紀實到虛構的影片類型、由文學至動漫與電影電視的流行文化文本。並且，兼及不同的文化語境主題。所選文本視學校典藏、著作權規範和與同學之教學互動而或有調整。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464841001	服務型機器人在產業中的應用	選修	上學期	3 學分	數位、傳碩
課程目標 Course Objectives	<p>「沛博科技」Pepper 機器人團隊，於政大傳播學院，建立全國第一個「Pepper 教學與研發中心」。本課程與鴻海集團子公司「沛博科技」（Pepper 機器人公司）產學合作。以 Pepper 機器人為平台，結合物聯網、大數據，共同開發未來數位內容與服務型機器人產業。</p>				
上課內容 Course Description	<p>全程為實作課程，為政大相關領域老師，與「沛博科技」業師共授。（一）介紹服務型機器人目前於各產業中之實例，建立學生了解服務型機器人知識模組、使用經驗與產業基本知識。（二）結合機器人基本知識與田野調查兩大方式，深入各產業了解服務自動化需求與痛點，提出產業發展、服務自動化服務流程、設計等建議。（三）延續期中田野調查之市場痛點，訂定解決方案，尋找產業痛點。透過分組方式了解，於期末進行創意提案，成為 Pepper 開發基石。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時					

464845001	2017 東京「想像亞洲」創作實務工作坊	選修	上學期	1 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>主題為「Tokyo: A Trans-Asian City」，成員來自台灣、日本、泰國、新加坡、英國，將於東京御茶水地區進行實地探察與見學，使與會成員能夠更瞭解當地的歷史淵源與俗民文化，在不同價值觀和社會情境之活躍激盪下，重新思考人與地域、身份、文化、創作型態之間複雜、多元而豐富的相互關係，並且期盼啟發學生創意，充分結合藝術與新媒體敘事，與來自不同文化的成員團隊合作，最終產出更具人文關懷和國際觀之跨文化及跨領域作品，以奠定未來持續合作之基礎，達到國際交流之目的。</p>				
上課內容 Course Description	<p>結合「想像亞洲」創意工作坊業已安排的活動內容，再搭配授課教師所聯絡之額外參訪行程，所規劃之課程將主要踏查東京御茶水地區，深度瞭解從江戶時代流傳至今的珍貴文化遺跡，並由專人導覽各類美術館、博物館與媒體機構，考察當地的人文風景、古蹟再造、都市空間規劃，以了解東京如何將都會空間永續經營，展現老幹新枝的文化創意。希望能藉由課程設計激發修課同學的想像力和創造力，以思考日本在進入全球化之際，其國際化和傳統文化之間的互動狀態，並就亞洲觀點來討論東京樞紐位置與臺北、曼谷等城市的跨文化激盪情形。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>  96  </u> 小時</p>					

## 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) 使學生能理解多元文化與品牌公關行銷之間的關聯；</p> <p>(二) 使學生能運用文化理論及方法分析新媒體環境中的流行文化現象；</p> <p>(三) 使學生能熟悉文化理論的學術研究版圖及培養研究及實作的精神與能力；</p> <p>(四) 使學生培養兼具人文關懷及國際視野的內容創作能力。</p>				
上課內容 Course Description	<p>課程以文化人類學的研究視角與方法，帶領同學共同探索當代媒體與流行文化現象，以及多元文化在媒體實務工作當中進行研究與應用的情形(新聞、廣電、廣告公關、品牌等)；主要的研究概念來自於哲學、語言人類學、文化人類學，課程主要涉及的範疇為：</p> <p>(一) 新媒體與流行文化；(二) 敘事與展演(如日本寶塚、口袋怪獸等文化現象；印度寶萊塢)；(三) 消費文化、公關廣告與品牌；(四) 民族誌影片與田野調查方法。</p> <p>上課方式除透過共同閱讀討論文獻，領略跨領域研究需要的理論背景及邏輯思辯的訓練，也透過分階段的小作業及期末跨領域實作作業，使同學從「做中學」的學習方法當中，習得深描的田野技藝、批判思考的精神以及從事媒體工作所需的洞察力。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

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	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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)。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

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。				
上課內容 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					

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。				
上課內容 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					

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。				
上課內容 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健康醫療、環境變遷、污染、能源選擇等議題著手。				
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	大陸傳媒有其特殊生態體系和發展的情境脈絡，本課涵蓋中國大陸傳統媒體、新媒體的國家政策、產業發展、科技演變、和互聯網+的整體策略和戰略。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，了解兩岸傳播媒體政策變遷、影響與競合。				
上課內容 Course Description	（一）大陸傳媒歷史發展與傳媒生態體系。（二）大陸從宣傳、全傳播到輿情掌控分析。（三）大陸報紙、廣播電視產業發展與特色。（四）大陸網路及新媒體發展政策和影響。（五）大陸傳媒的集團化、商業化、國際化。（六）大陸「互聯網+」發展政策和策略。（七）數位時代的傳媒產業經濟與國際競爭。（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					

464880001	社交與娛樂媒體	選修	下學期	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.				
上課內容 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					

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				
上課內容 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					

464893001	創意溝通專題：美術攝影創作	選修	下學期	3學分	傳播學、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。				
上課內容 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。				
上課內容 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					

464899001	電通安吉斯講堂	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。				
上課內容 Course Description	(一) 從數字了解消費者：挖掘消費者洞察 (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 (三) 媒體環境介紹與購買流程：新形態的傳統媒體 (四) 媒體環境介紹與購買流程：家外媒體 3.0 (五) 媒體環境介紹與購買流程：數位媒體 (六) 內容 – 讓你花錢心甘情願理直氣壯 (七) 媒體環境介紹與購買流程：績效行銷 (八) 媒代實務面對面 (九) 電通安吉斯媒體企劃案例分享與期末報告 Q&A				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464900001	廣告創意－洞察、體驗暨溝通	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	(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。 (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。 (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。 (四) 將各項策略行銷的理論運用於評量廣告創意案例中。				
上課內容 Course Description	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。				
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	傳播學、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。				
上課內容 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。 學生到堂上課 15 周，16-18 三周下田野跑現場採訪以及撰寫學期作品。 期末須獨力完成作品一篇，永留傳播學院圖書館供後輩觀摩。				
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				
上課內容 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					

464919001	日常生活經驗與實踐	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>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。本課程擬探索：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.我們是如何過一天？</li> <li>2.日常生活是什麼？</li> <li>3.我們是如何形塑日常？它是如何尋常卻又不凡？</li> <li>4.日常生活經驗的美感基礎何在？</li> <li>5.日常生活實踐的文化基礎何在？</li> </ol>				
上課內容 Course Description	<p>本課程擬將「日常生活」做為研究對象，探討下列幾個議題：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.日常生活的規律節奏</li> <li>2.日常生活的時間意識</li> <li>3.日常生活的空間屬性</li> <li>4.日常生活的美學風格</li> <li>5.日常生活的文化理論</li> <li>6.日常生活的社會參與</li> <li>7.日常生活的消費邏輯</li> <li>8.日常生活的抗爭策略</li> </ol>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

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	<p>認識台灣電通及最新廣告作業流程。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(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 &amp; Idea Creation (Workshop)；(六) What to Say 到 How to Say 從 Product Concept 到 Creative Concept；(七) 視覺與生活 &amp; 文字與生活；(八) My 創意觀；(九) 溝通新思維；(十) 數位行銷大趨勢 &amp; 數位媒體環境；(十一) 社群行銷 &amp; digital</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 5 </u> 小時</p>					

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.				
上課內容 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。				
上課內容 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	傳播政治經濟學是一種研究取向，在歐洲崛起並向外擴散。課程主要將聚焦它在英美及兩岸學術領域的演進過程，並將扼要檢視其他人文社會學科而特別是社會學、經濟學、政治學、歷史研究與文化研究對該取向的貢獻與啟發。				
上課內容 Course Description	參酌學生的知識狀態與性向，除相關論文，將鼓勵或要求同學熟讀下列圖書至少一種：《傳播政治經濟學》、《傳媒、市場與民主》、《比較媒介體制》、《誤解網際網路》、《傳播理論史：回歸勞動》與《傳播在中國》。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

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作</p>				
上課內容 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>				
預估每周課外學習時間 <u>10</u> 小時					

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>				
上課內容 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>					

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>				
上課內容 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興或歐陸的荒原，總會出現幾位令人著迷的說書人或吟遊詩人。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

484847001	廣電敘事研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 從電視劇/電影獲悉經典與後經典敘事本質。</p> <p>(二) 認識以敘事傳播的理論及其影響。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 影視傳播敘事文本的結構元素：時空、人物、情節、視角。</p> <p>(二) 敘事者、觀眾與文本的互動，文本之藝術價值及社會意義。</p> <p>(三) 影視生態中敘事在故事層次及話語形式的歷時變化。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

464849001	閱聽人研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 熟悉既有閱聽人理論、測量與研究方法。</p> <p>(二) 在具體的場景中展開符合本地媒體脈絡與資訊文化情境的閱聽人觀察或研究，提出相應於特定時空的閱聽人研究架構。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 閱聽人概論與演化中的閱聽人概念</p> <p>(二) 閱聽人研究方法</p> <p>(三) 閱聽人理論：全球架構、展演與凝視、數位閱聽人等</p> <p>(四) 閱聽人研究的下一步：創用者、跨媒體、行動裝置、直播等</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 12 </u> 小時</p>					

464850001	批判傳播理論——新媒體篇	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	針對資訊革命的衝擊，數位媒體已取代大眾傳播媒介，成為最重要的傳播管道。「新媒介理論」因應這樣的趨勢，內容包括：（一）數位媒體的哲學基礎，（二）新媒體的定義，（三）新媒體的批判與反思，（四）數位社群，（五）新媒體與民主，（六）新媒體的研究方法。				
上課內容 Course Description	<p>（一）數位媒體的哲學基礎</p> <p>（二）新媒體的定義</p> <p>（三）新媒體的批判與反思</p> <p>（四）數位社群</p> <p>（五）新媒體的研究方法</p> <p>（六）其他：1、新媒體與經濟；2、新媒體與民主。</p>				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464851001	聲音藝術與錄音工程	選修	下學期	2 學分	傳播學、碩
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。 以人聲(Voice)、環境音(Ambience)、動作音(Foley)、音效設計(Sound Design)、與音樂(Music)作為方向，透過錄音(Recording)、剪輯(Editing)、與混音(Mixing)的實際操作，達到學習的目標。				
上課內容 Course Description	<p>（一）聲軌的圖層；（二）人聲的表演與剪接；（三）人聲的特效與剪接的難題；（四）動作音製作；（五）環境音與動作音的連續；（六）音樂的類型與情緒；（七）影像音樂的剪接；（八）後期音效旁白對白錄音；（九）期中考；（十）後期音樂剪輯；（十一）後期混音初剪與完成；（十二）專案製作 I：拍攝與討論；（十三）專案製作 I：後製與討論；（十四）專案製作 I：成果發表；（十五）專案製作 II：拍攝與討論；（十六）專案製作 II：後製與討論；（十七）專案製作 II：成果發表；（十八）期末考</p>				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

464859001	媒體實踐與物質文化	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程關注日常生活中的媒體消費。日常生活中存在各種媒體科技，手機、電視、網路、電腦等等，人們習慣甚至依賴其存在，卻因日常生活平淡無奇而忽視其意義。其實日常生活中的種種細微實踐，蘊藏著知識、秩序、結構，也是社會改變的起點，從日常生活探討媒體使用，更能瞭解媒體在當代社會的意義。				
上課內容 Course Description	本課程將與同學討論：與傳播研究為何要重視日常生活？特別是日常生活中諸多細微的實踐？要如何對這些細微容易被忽略的實踐進行研究？在各種媒體實踐中，本課程將特別偏重社群媒體以及智慧型手機在都市生活中的應用，包括媒體科技本身的物質性，以及媒體所中介的物質文化，如何影響著都市中的視覺與聲音景觀，以及人們在都會空間中的經驗。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464939001	跨文化傳播專題	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	（一）與同學一起觀察和分享全球化與文化的關聯；（二）與同學一起觀察和審視媒體與全球化的互動；（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；（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。				
上課內容 Course Description	（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				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

464843001	公共關係管理專題	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	本課將從行為決策角度探討影響談判決策的心理因素。其次，透過實際演練以及個案研討方式，探討談判的性質、原則、策略、戰術以及情境因素。再者，透過哈佛學派理論的了解，探討談判策略與文化之關聯性。				
上課內容 Course Description	第 1 章：簡介衝突與談判 *談判問卷：妳是個好的談判者嗎？ *談判演練 1 第 2 章：分配型談判 *談判演練 2 第 3 章：談判策略、整合型談判及說服技巧 *談判策略測驗 *談判演練 3 第 4 章：影響談判策略的因素及溝通技巧 *影片觀賞與討論 第 5 章：人際關係主題：人際差異與人際關係 第 6 章：權力主題：權力與談判 *談判演練 第 7 章：文化主題：國際談判 *談判演練 第 8 章：談判七要素 第 9 章：課外談判演練進行 *談判演練 第 10 章：期末群談判 *談判演練				
預估每周課外學習時間 <u>3-5</u> 小時					

464842001	實驗設計	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	許多行為相關研究多以「實驗設計」作為資料蒐集的方法，研究領域包含心理學、消費者行為、行銷溝通、人管議題與行為財務學等。本課程旨在介紹實驗設計的方法，並學習如何應用實驗設計方法蒐集資料以驗證相關研究議題。				
上課內容 Course Description	(一) 了解實驗設計的基本知識；(二) 理解以實驗設計為研究方法的學術論文；(三) 設計與執行實驗:實驗設計仿作與新實驗的設計；(四) 從實驗設計的結果找出後續研究方向。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

464844001	中國新媒體研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩
課程目標 Course Objectives	<p>檢視中國傳媒在全球化、新科技衝擊下的轉型匯流，了解網路、行動、社群媒體之發展，分析其政濟、社會文化系統影響，並指導研究生以宏觀方法（社會技術系統法等）進行中國新媒體研究，從次級資料搜尋、文獻整合分析，透過理論架構論述。本課程目標為：</p> <p>（一）探討中國傳媒匯流轉型；（二）了解中國新媒體產業影響；（三）培養獨立研究者應具備的理論知識、論述與分析能力。</p>				
上課內容 Course Description	<p>1. 中國傳統媒體轉型與匯流：（1）變動的傳媒；（2）全球化、數位化與網路化；（3）媒體匯流；（4）新聞媒體轉型；（5）電視媒體轉型；</p> <p>2. 宏觀層面研究取向：（1）社會技術系統方法（socio-technical system approach）；（2）市場競爭力研究（market competitiveness forces research）；（3）文化研究（cultural study）；</p> <p>3. 新媒體產業與社會：（1）網路媒體與使用；（2）OTT 影音；（3）社群媒體參與；（4）行動媒體；（5）手機使用；（6）自媒體與網紅。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時</p>					

464841001	服務型機器人在產業中的應用	選修	上學期	3 學分	數位、傳碩
課程目標 Course Objectives	<p>Pepper 機器人團隊，於政大傳播學院，建立全國第一個「Pepper 教學與研發中心」。本課程與鴻海集團子公司「沛博科技」（Pepper 機器人公司）產學合作。以 Pepper 機器人為平台，結合物聯網、大數據，共同開發未來數位內容與服務型機器人產業。</p>				
上課內容 Course Description	<p>全程為實作課程，為政大相關領域老師，與「沛博科技」業師共授。（一）介紹服務型機器人目前於各產業中之實例，建立學生了解服務型機器人知識模組、使用經驗與產業基本知識。（二）結合機器人基本知識與田野調查兩大方式，深入各產業了解服務自動化需求與痛點，提出產業發展、服務自動化服務流程、設計等建議。（三）延續期中田野調查之市場痛點，訂定解決方案，尋找產業痛點。透過分組方式了解，於期末進行創意提案，成為 Pepper 開發基石。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4-6</u> 小時</p>					

464856001	設計未來傳播	選修	上學期	3 學分	傳碩
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>				
上課內容 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>4-6</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	1061	1062	1071	1072	1081	1082
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	1061		1071	1081	
	1062		1072	1082	
學期平均成績	1061		1071	1081	
	1062		1072	1082	
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：

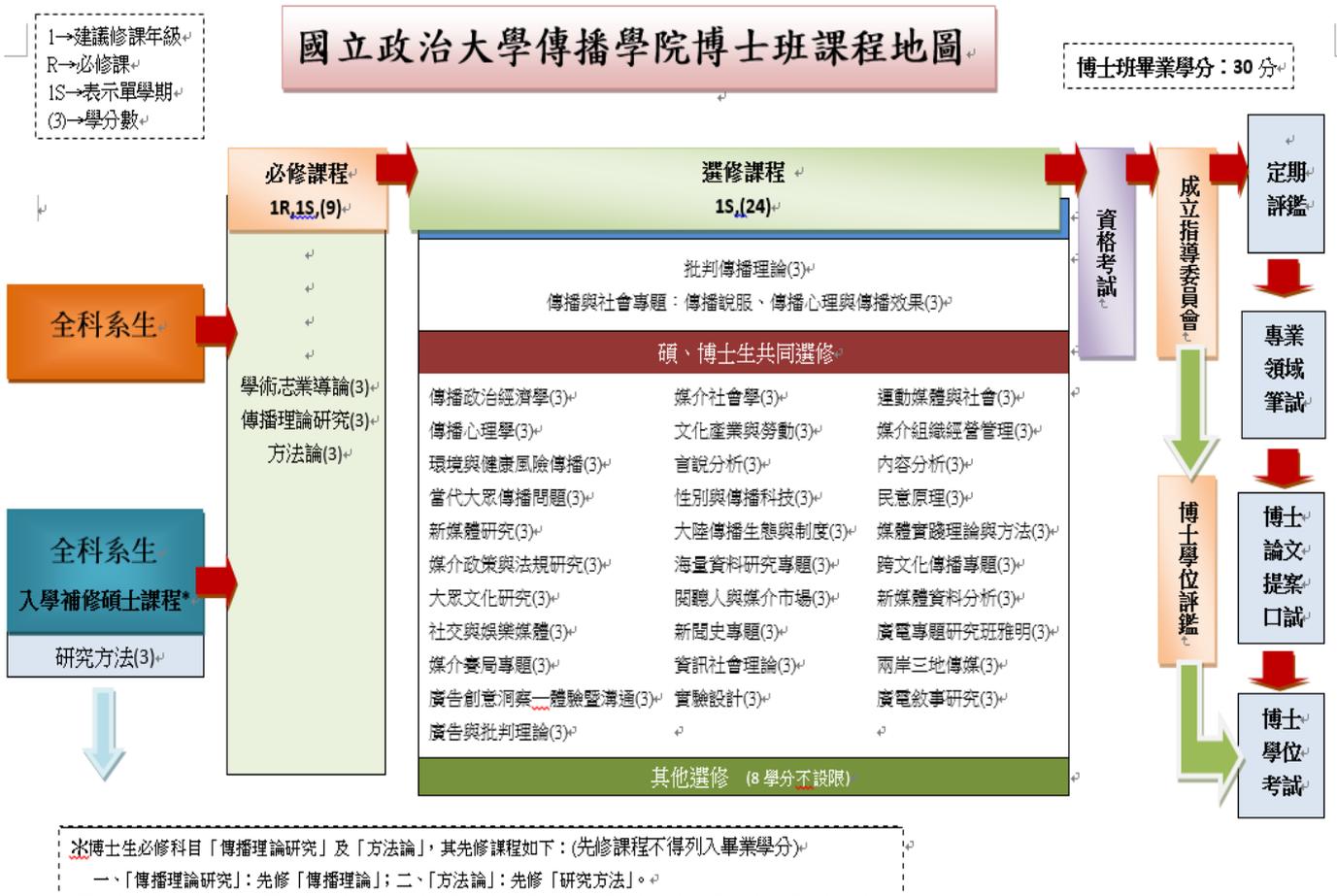
### 一、教育目標

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



## 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
463002001	傳播理論研究	必	3
463003001	學術志業導論	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
463919001	媒介政策與法規研究	選	3
463922001	製程管理—媒介創新與創業	選	3
463931001	閱聽人與媒介市場	選	3
463936001	大眾文化研究	選	3
463946001	民意原理	選	3
463948001	運動媒體與社會	選	3
463949001	當代大眾傳播問題	選	3
傳播博 下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
463004001	方法論	必	3
463905001	媒體實踐與物質文化	選	3
463906001	實驗設計	選	3

464842001			
463907001	廣電敘事研究	選	3
463908001	閱聽人研究	選	3
463909001	批判傳播理論--新媒體篇	選	3
463917001	社交與娛樂媒體	選	3
463921001	跨文化傳播專題	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

註：實際上課時間以教務處公告為準

## 伍、課程總覽

### 上學期

463002001	傳播理論研究	必修	下學期	3 學分	傳播博
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（包括臺灣地區）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>				
上課內容 Course Description	<p>包括以下單元：</p> <p>1. Conceptualizing and Building Theory; 2. Disciplinary Status of Communication Research ; 3. Indigenization of Communication Research; 4. New Challenges and Approaches in Researching Media Contents: Media Framing; 5. New Challenges and Approaches in Researching Media Effects; 6. Rethinking and Reconstructing Research on the ‘Medium’: Social Media and On-line Interpersonal Communication (I) ; 7. Rethinking and Reconstructing Research on the ‘Medium’: Social Media and Online Interpersonal Communication (II) ; 8. Rethinking and Reconstructing Research on the Audience; 9. Ritualistic Approaches to Researching Media and Communication</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>12</u> 小時</p>					

463003001	學術志業導論	必修	上學期	3 學分	傳播博
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。				
上課內容 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<u>兩位</u>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<u>兩位</u>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<u>五場</u>，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					

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。				
上課內容 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					

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的內容，希望同學能掌握本課程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，也探討我國的電訊傳播政策與法規，並且讓修課學生有分析與應用電訊傳播法規的能力。				
上課內容 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、網路媒體的規範 (VOIP, OTT) ；(十一) 數位媒體與數位匯流法規。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

463922001	製程管理—媒介創新與創業	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course objectives	(一) 瞭解產業創新創業的理論知識， (二) 培養媒體產業創新創業的能耐， (三) 探索創新創業的可能機會。				
上課內容 Course Description	(一) 創新理論，創業系統，商業模式等知識研討 (二) 創新創業個案研討 (三) 大數據，內容導購，社會企業，網紅自媒體等創業家面對面直擊+著名媒體事業參訪， (四) 創業計劃實作練習。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

463931001	閱聽人與媒介市場	選修	上學期	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臺灣地區的數位傳播生態現況，提出討論和前瞻方向。				
上課內容 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					

463936001	大眾文化研究	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	(一) 探討閱聽人對於大眾文化商品投注情感、時間與金錢的行為與心態。 (二) 特別關注由各種傳播科技和內容型式交錯構成的文化消費活動，尤其是「迷」文化的社群組成、情感動員、與科技應用。				
上課內容 Course Description	(一) 學期前半閱讀大眾文化相關的基本研究方向以及相關重要文章，包括：都市經驗、消費、日常生活之政治等等。 (二) 其後閱讀各種個案實例研究，檢討研究，並分享心得。閱讀的重點特別注意各篇的理論構成與研究方法。				
預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時					

463946001	民意原理	選修	單學期	3 學分	傳播碩博
課程目標 Course objectives	<p>(一) 啟迪民意理論的基本觀念、研究、歷史、途徑、著重傳播與民意</p> <p>(二) 引導、瞭解民意測驗的實務、解析</p> <p>(三) 討論臺灣民意測驗的過程、成果與影響</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 民意研究的歷史；(二) 民意研究的歷史；(三) 民意研究的途徑；(四) 民意研究的途徑；(五) 意見的形成；(六) 大眾傳播與民意；(七) 民意測驗的功用與影響；(八) 討論臺灣民意測驗的功用與影響；(九) 民意與選舉；(十) 歷年來臺灣民意與選舉相關實例解析；(十一) 民意測驗的過程與方法。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6</u> 小時</p>					

463948001	運動媒體與社會	選修	上學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>本課程藉由運動此一當代社會極為重要的文化活動，透過西方學界的批判社會理論視野，探討本地運動文化及運動媒體的發展歷程。</p>				
上課內容 Course Description	<p>本課成提供同學分析文化活動的批判社會學訓練，另一方面也解析媒體在運動等文化活動中所扮演的角色，主題包括運動媒體與國族、殖民、商品化、性別化、階級、種族、景觀社會等。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

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	<p>(一) 運用傳播學理，探索當前重要傳媒議題的歷史根源，進而分析並評比舒緩這些問題的不同方案。</p> <p>(二) 豐富媒體素養、參與社會/媒體興革的認知與能力，並在瞭解本地傳媒及其運作環境後，掌握新聞及傳播工作的價值。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 探討「當代與歷史、世界與臺灣」的連結，討論「中國因素」及「美國因素」與臺灣傳媒的關係。</p> <p>(二) 釐清解嚴後的臺灣媒體特徵，並給予評價。</p> <p>(三) 英美歐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>					

## 下學期

463004001	方法論	必修	上學期	3 學分	傳播博
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。				
上課內容 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					

463905001	媒體實踐與物質文化	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	本課程關注日常生活中的媒體消費。日常生活中存在各種媒體科技，手機、電視、網路、電腦等等，人們習慣甚至依賴其存在，卻因日常生活平淡無奇而忽視其意義。其實日常生活中的種種細微實踐，蘊藏著知識、秩序、結構，也是社會改變的起點，從日常生活探討媒體使用，更能瞭解媒體在當代社會的意義。				
上課內容 Course Description	本課程將與同學討論：與傳播研究為何要重視日常生活？特別是日常生活中諸多細微的實踐？要如何對這些細微容易被忽略的實踐進行研究？在各種媒體實踐中，本課程將特別偏重社群媒體以及智慧型手機在都市生活中的應用，包括媒體科技本身的物質性，以及媒體所中介的物質文化，如何影響著都市中的視覺與聲音景觀，以及人們在都會空間中的經驗。				
預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時					

463906001	實驗設計	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	許多行為相關研究多以「實驗設計」作為資料蒐集的方法，研究領域包含心理學、消費者行為、行銷溝通、人管議題與行為財務學等。本課程旨在介紹實驗設計的方法，並學習如何應用實驗設計方法蒐集資料以驗證相關研究議題。				
上課內容 Course Description	(一) 了解實驗設計的基本知識；(二) 理解以實驗設計為研究方法的學術論文；(三) 設計與執行實驗:實驗設計仿作與新實驗的設計；(四) 從實驗設計的結果找出後續研究方向。				
預估每周課外學習時間 <u>  6  </u> 小時					

463907001	廣電敘事研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	(一) 從電視劇/電影獲悉經典與後經典敘事本質。 (二) 認識以敘事傳播的理論及其影響。				
上課內容 Course Description	(一) 影視傳播敘事文本的結構元素：時空、人物、情節、視角。 (二) 敘事者、觀眾與文本的互動，文本之藝術價值及社會意義。 (三) 影視生態中敘事在故事層次及話語形式的歷時變化。				
預估每周課外學習時間 <u>  3  </u> 小時					

463908001	閱聽人研究	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 熟悉既有閱聽人理論、測量與研究方法。</p> <p>(二) 在具體的場景中展開符合本地媒體脈絡與資訊文化情境的閱聽人觀察或研究，提出相應於特定時空的閱聽人研究架構。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 閱聽人概論與演化中的閱聽人概念</p> <p>(二) 閱聽人研究方法</p> <p>(三) 閱聽人理論：全球架構、展演與凝視、數位閱聽人等</p> <p>(四) 閱聽人研究的下一步：創用者、跨媒體、行動裝置、直播等</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>12</u> 小時</p>					

463909001	批判傳播理論—新媒體篇	選修	下學期	3 學分	傳播碩、博
課程目標 Course Objectives	<p>針對資訊革命的衝擊，數位媒體已取代大眾傳播媒介，成為最重要的傳播管道。「新媒介理論」因應這樣的趨勢，內容包括：(一) 數位媒體的哲學基礎，(二) 新媒體的定義，(三) 新媒體的批判與反思，(四) 數位社群，(五) 新媒體與民主，(六) 新媒體的研究方法。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 數位媒體的哲學基礎</p> <p>(二) 新媒體的定義</p> <p>(三) 新媒體的批判與反思</p> <p>(四) 數位社群</p> <p>(五) 新媒體的研究方法</p> <p>(六) 其他：1、新媒體與經濟；2、新媒體與民主。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>5</u> 小時</p>					

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	<p>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.</p>				
上課內容 Course Description	<p>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.</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>  5  </u> 小時</p>					

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>				
上課內容 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>					

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	<p>大陸傳媒有其特殊生態體系和發展的情境脈絡，本課涵蓋中國大陸傳統媒體、新媒體的國家政策、產業發展、科技演變、和互聯網+的整體策略和戰略。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，了解兩岸傳播媒體政策變遷、影響與競合。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 大陸傳媒歷史發展與傳媒生態體系。(二) 大陸從宣傳、全傳播到輿情掌控分析。(三) 大陸報紙、廣播電視產業發展與特色。(四) 大陸網路及新媒體發展政策和影響。(五) 大陸傳媒的集團化、商業化、國際化。(六) 大陸「互聯網+」發展政策和策略。(七) 數位時代的傳媒產業經濟與國際競爭。(八) 兩岸傳媒競合與政策變遷。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>6-9</u> 小時</p>					

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> <p>(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</p>				
上課內容 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>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

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	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(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。</p> <p>(二) 囊括的個案將從當今兼具在地與全球高度風險爭議的健康醫療、環境變遷、污染、能源選擇等議題著手。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>5-6</u> 小時</p>					

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	傳播政治經濟學是一種研究取向，在歐洲崛起並向外擴散。課程主要將聚焦它在英美及兩岸學術領域的演進過程，並將扼要檢視其他人文社會學科而特別是社會學、經濟學、政治學、歷史研究與文化研究對該取向的貢獻與啟發。				
上課內容 Course Description	參酌學生的知識狀態與性向，除相關論文，將鼓勵或要求同學熟讀下列圖書至少一種：《傳播政治經濟學》、《傳媒、市場與民主》、《比較媒介體制》、《誤解網際網路》、《傳播理論史：回歸勞動》與《傳播在中國》。				
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>				
上課內容 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>				
預估每周課外學習時間 <u>10</u> 小時					

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>				
上課內容 Course Description	<p>(一) 網路女性主義；(二) 女性主義與女性主義認識論；(三) 性/別與科技理論；(四) 馴化與空間；(五) 後女性主義與社群媒體；(六) 同志情慾再現與社群媒體；(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	<p>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。</p>				
上課內容 Course Description	<p>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。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 6-8 </u> 小時</p>					

國立政治大學傳播學院博士生修業狀況紀錄表 10503 版

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.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抵免申請表)			
	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				
	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				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課最後一日前填交。) 8.博士生修習碩博合開課程，教師對碩生及博生之學習要求(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				
		方法論	3	傳播博				
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							
	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)
	學年度 學期				
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			
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

### 壹、專任教師

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
孫秀蕙	教授 兼系主任 兼副院長	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
陳百齡	教授 兼系主任 兼副院長	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
陳儒修	教授 兼系主任 兼副院長	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
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	美國南伊利諾大學 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
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

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
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
劉幼琍	特聘教授兼研 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
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
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
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
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

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
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
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
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
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
林芝璇	副教授	美國德州大學 奧斯汀分校 廣告學博士	廣告效果研究、品牌研究、消費者 洞察、資料分析、社群媒體	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
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

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
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
林翠絹	副教授	美國夏威夷大學 Manoa 分校 傳播資訊科技博士	新媒體匯流、新興媒體產業與使用者、行動傳播與媒體、數位新聞	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
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
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
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	臺灣原住民音樂、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	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	教授	國立臺南藝術學院 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

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
陳宜秀	副教授	美國哥倫比亞大學 心理學博士	溝通心理學、設計思考、使用者研究	數位碩
陳聖智	副教授	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

## 貳、兼任教師

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
李瓊莉	兼任教授	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
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／社群傳播、公民新聞學理論及實踐、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	世新大學新聞學系客座教授
陳郁秀	兼任教授	文化行政、音樂教育、鋼琴演奏	公共廣播電視集團董事長
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

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
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	政治大學廣播電視系兼任教授
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教授
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
賴建都	兼任教授	廣告行銷、網路廣告行銷、品牌設計、廣告創意設計	政治大學傳播學院兼任教授
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
李惠仁	兼任副教授級 專業技術人員	新聞攝影	李惠仁電影工作室
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
張崇仁	兼任副教授	電子媒介政策、電子媒介管理、組織傳播	政治大學廣播電視系兼任副教授
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	臺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
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級專業技術人員
何昕明	兼任助理教授級 專業技術人員	廣播電視電影製作、編劇	好故事工作坊有限公司負責人／編劇統籌
何國華	兼任助理教授級 約聘教學人員	媒介生態	公共電視資深研究員

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
李政亮	兼任助理教授級 約聘教學人員	電影研究、文化研究	政治大學傳播學院兼任助理教授
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	攝影創作者、獨立策展人
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／導演
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
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 部資深副總兼發言人
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	美商遊戲公司資深影音專員
張瀚云	兼任助理教授級 約聘教學人員	中西藝術史、中英文編譯、文化比 較、文化行政管理、文藝學術交流與 活動策劃、博物館教育與行銷、展覽 規劃與研究、圖書館資源利用	國家圖書館知識服務組編輯
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組長
陳萬達	兼任助理教授	媒介經營管理	中國時報執行副總編輯
游牧民	兼任助理教授級 約聘教學人員	互動設計、使用者經驗研究	宏達國際電子股份有限公司處長
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	瀚草影視文化股份有限公司總經理
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
黃俊銘	兼任助理教授	社會學、藝術與流行音樂、媒介與傳 播、表演藝術與文化研究	臺南藝術大學應用音樂系暨民族 音樂研究所助理教授
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助理教授

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
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	醉夢俠電影股份有限公司導演
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／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
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
朱邦賢	兼任講師	新聞英文、編譯、西洋文學概論	聯合報資深編譯
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	臺灣山得利公司企畫部副部長
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
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	臺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
唐德蓉	兼任講師級 約聘教學人員	電視新聞	天氧科技股份有限公司市場部副總經理
張永達	兼任講師級 約聘教學人員	媒體藝術、互動影音裝置	臺北藝術大學兼任講師
張立	兼任講師	新聞編輯	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
張博智	兼任講師級 約聘教學人員	新媒體藝術	臺灣科技大學專案講師
曾文珍	兼任講師	紀錄片製作	曜演影視製作有限公司負責人／導演

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
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	佳音廣播電台企劃部經理／節目製作主持
胡清暉	函聘博士生 兼任講師	採訪寫作、媒體識讀、媒體與公關、新聞學概論	政治大學新聞系博士生
陳鴻嘉	函聘博士生 兼任講師	量化研究方法、調查研究、運動社會學	政治大學新聞系博士生
楊海蘭	函聘博士生 兼任講師	紀實採寫	政治大學科技管理與智慧財產研究所博士生
鍾宜杰	函聘博士生 兼任講師	攝影、影視製作、傳播社會學、科技社會學	政治大學社會系博士生