

科目名稱 Course Title	社會行銷 Social Marketing		課程 簡碼 Course No.	PRAD-543-02-S1
開課系級 Dept	公廣上海碩士 專班	學分 數 Credit (s)	3	時數 Hour(s) 3
選別 Required or Elective	7-選修	開課 別 Duration	半年 第一學期	
授課教師 Instructor	許安琪			
扣考規定 Attendance Policy	不執行扣考 Attendance not compulsory			
中文課程概 要 Chinese Course Description	本課程希望幫助同學瞭解社會行銷的基本意含，並知悉其背後所隱含的理念，以及在社會上的實踐情形。			
英文課程概 要 English Course Description	This course is designed to familiarize students with concept, belief and theory in the field of Social Marketing. To develop an appreciation for the power of Social Marketing, and may be used to promote more environmentally and socially practices.			
教學目標 Course Objectives	社會行銷是由正確的觀念與有利的工具操作所組成的，此作為是為釋放世人不當行為所導致之痛苦，因此本教學目標視為開啟學生造福人類之視野，也為自省生命打開另一道曙光。			

授課方式 Approach to Instruction	口述/報告/分享
成績評定 Grading	期中報告35%，期末報告40%，出席25%
參考書目 Textbooks and References	俞玫姣(2005)。《社會行銷》。五南出版社。(Kotler,P. (2005). Social Marketing.原著)
週次	進度內容
第1週	課程介紹
第2週	社會行銷基本概念(一)
第3週	社會行銷基本概念(二)
第4週	社會行銷之範疇
第5週	社會行銷之內涵
第6週	社會行銷之策略與規劃(一)
第7週	社會行銷之策略與規劃(二)
第8週	社會行銷之策略與規劃(三)
第9週	社會行銷計劃之過程與環境探勘(一)
第10週	社會行銷計劃之過程與環境探勘(二)
第11週	期中考
第12週	社會行銷傳播(一):訊息設計
第13週	社會行銷傳播(二):議題設定
第14週	社會行銷傳播(三):傳播工具
第15週	管理社會行銷計畫(一)

第16週	管理社會行銷計畫(二)
第17週	管理社會行銷計畫(三)
第18週	期末報告
第19週	期末報告
第20週	期末報告