

國立中興大學教學大綱

English

課程名稱	(中) 產業創新與社會影響(0457)			
	(Eng.) Industrial Innovation and Social Influence			
開課單位	通識中心			
課程類別	必修	學分	2	授課教師 梁貫御
選課單位	全校共同	授課語言	中文	開課學期 1071
課程簡述	隨著行銷相關知識的愈臻成熟，各個產業亦將應用於其中，課程將討論行銷知識結合慈善/非營利行銷、環境保護、剩食議題、善因行銷、教育產業、行車安全等議題，搭配課本進度以及新聞事件的討論，帶領同學瞭解社會行銷應用的案例，以及對社會產生的相關影響。建議大二以上同學選修。			
先修課程名稱				
課程與核心能力關聯配比(%)			課程目標之教學方法與評量方法	
課程目標	核心能力	配比(%)	教學方法	評量方法
1.瞭解行銷學的基礎概念。 2.探討社會行銷對各產業的影響。 3.培養同學洞察各產業瓶頸與社會缺口的能力。 4.促進同學跨領域的交流與腦力激盪。	1.人文素養 2.科學素養 3.溝通能力 4.創新能力 5.國際視野 6.社會關懷	0 0 25 25 25 25	討論 講授 專題探討/製作	測驗 作業 口頭報告 出席狀況
授課內容(單元名稱與內容、習作/每週授課、考試進度-共18週)				
W1 9/13 講解課程大綱 W2 9/20 行銷簡介 W3 9/27 市場演進階段 W4 10/4 非營利事業1(善因行銷) W5 10/11 非營利事業2(慈善事業/街友議題) W6 10/18 CH1社會行銷(窮人銀行) W7 10/25 社會企業管理1 W8 11/1 社會企業管理2 W9 11/8 期中提案競賽&二次分組 W10 11/15 CH2策略性行銷的計畫過程(社會議題清單) W11 11/22 CH3發現關鍵成功因素(環境保護議題1) W12 11/29 CH3發現關鍵成功因素(環境保護議題2) W13 12/6 CH5描繪內部及外部環境(教育產業) W14 12/13 社會企業演講* W15 12/20 CH6選擇目標市場(故宮文創) W16 12/27 CH7設定目的及目標(剩食議題) W17 1/3 期末報告1 W18 1/10 期末報告2				
*註1：W14 12/13點點善創辦人葉文宏演講				
學習評量方式				
出席狀況20%				

課堂討論30% 作業20% 期末報告30% (參加社會企業/創業競賽額外加分)
教科書&參考書目(書名、作者、書局、代理商、說明)
俞玖玟、蕭崑杉(譯)(民94)。「社會行銷 Social Marketing」。臺北：五南。(Philip Kotler, Ned Roberto and Nancy Lee原著) 黃德舜、鄭勝分、陳淑娟、吳佳霖(2014)。社會企業管理。新北市：指南書局有限公司。 參考書： 社企流(民106)。「開路：社會企業的10堂課」。聯經出版公司。 魯炳炎(民101)。「公益的價格：非營利行銷的理論與案例」。新北市：韋伯文化。 陳定銘(民97)。「非營利組織、政府與社會企業：理論與實踐」。臺北市：智勝文化。 莊文忠(民105)。「非營利組織與公共傳播:理論與實證」。臺北市：雙葉書廊。
課程教材(教師個人網址請列在本校內之網址)
i-learning
課程輔導時間
課後一小時(研究室782歡迎預約) 梁老師ilky@nchu.edu.tw

請尊重智慧財產權，不得非法影印他人著作。

列印日期 西元年/月/日：2019 / 10 / 03

二手書平台網址：<http://www.myub.com.tw/>