

明志科技大學管理暨設計學院
數位行銷設計碩士學位學程課程綱要

課程名稱：(中文) 國際設計行銷研習		開課單位	數位行銷設計 碩士學位學程	
(英文) Seminar on International Design Marketing		課程代碼		
可授課教師：				
學分數/時數	3/3	☐ 必修 ☒ 選修	年級/學期	下學期
先修科目或先備能力：無				
課程目標：本課的目的是培養學生規劃與執行國際設計行銷流程的能力，同時，也能清楚知道流程中每個階段的意義與執行工作的重點，並做出能完整跨國傳達訊息的設計。學生將學習有別於傳統量化統計的思考方式，建立具備國際視野的世界觀，並深入觀察、瞭解與批判不同文化背景下的人、事、物。				
教科書	無			
參考書	無			
E 化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)			
教學方法 (可複選)	☒ 理論講授、 ☒ 實務講授、 ☒ 個案分析、 ☐ 企業參訪、 ☐ 業師協同、 ☐ 遠距教學、 ☒ 分組實作、 ☐ 課堂練習、 ☐ 演講、 ☐ 其它_____			
評量方法 (可複選)	☐ 筆試、 ☒ 實作(作業)、 ☒ 書面報告、 ☒ 口頭簡報、 ☐ 競賽、 ☐ 其它_____			
課程綱要			培育之核心能力(請填代碼)	
單元主題	內容			
1. 國際設計行銷 導論	比較在地與全球行銷研究的差異；建立國際行銷設計的世界觀養成。		☒ 整合數位行銷與設計專業知識之能力。 ☐ 運用數位工具與數據分析進行行銷設計之能力。	
2. 跨文化理論與 設計觀	介紹國際行銷理論派典，探討設計師在不同文化脈絡下所需的觀察觀點。		☐ 結合創新思維與策略提出整合性行銷設計方案之能力。 ☐ 解決複雜行銷設計問題並兼顧永續與社會責任之能力。	
3. 國際趨勢之批 判思考	培養對全球數位媒體現象的批判性思考能力，並養成正確的批判態度。		☒ 執行行銷設計專案管理並展現跨域協作與團隊合作之能力。	
4. 全球消費者深 度訪談	學習撰寫問題、編輯訪談大綱，並掌握遠端或跨國深度訪談的技巧。		☒ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能力。 ☐ 實踐專業與資訊倫理並展現人文關懷與社會影響力之	

5. 跨國資料編碼與解析	學習編碼流程與原則，解讀不同語系與文化背景的訪談與觀察資料	能力。
6. 獨立研究與國際實務	學習獨立研究流程，進行國際行銷設計專案實作並產出具備人文關懷之報告。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
書面報告	選定國際行銷案例進行文獻回顧與跨文化批判分析。	40%
設計實作	包含跨國訪談計畫、資料編碼紀錄及最終國際行銷設計方案。	40%
課程參與	課堂分組討論表現、階段進度匯報與期末口頭呈現。	20%
檢核標準：		
幾乎能展現：A~A+、能展現 75%水準：B~B+、能展現 60%水準：C~C+、僅能展現 60%以下水準：F~D		

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】