

世新大學傳播管理學系專業核心能力(大學部)

傳播政策、法規的掌握力

了解國內現行傳播政策與法規、知悉國際組織規範對媒體產製的影響、體察全球化下傳媒產業的市場結構變遷、有效管理媒體文化創意商品之智慧財產。

傳播產業洞悉力

了解數位匯流與傳播產業結構關係、體察社會文化發展與傳播產製關聯、熟悉產業匯流對傳媒組織變革影響、掌握傳播市場結構與內容產製的趨勢。

傳播數位化之管理應用能力

數位平台建置、數位平台管理、多媒體工具應用、專案管理能力、成本效益評估、系統化思考能力。

傳媒創新管理能力

由於資訊、通訊科技的發展、網際網路的普及，「速度」決定一切，而「創新」的速度又決定了企業、產業、及國家的競爭力。傳媒經理人唯有透過「不斷的創新」，才能滿足顧客需求，創造顧客價值。創新的過程中，創意的產生是首要的驅動步驟。在快速變遷，解構重組無所不在的傳媒生態中，正需要這些擅長思維創新對科學與技術的發展趨勢有深入觀察，經常能發揮先見之明，提出大量超乎尋常業務活動之外的新構想與創意者，期為傳媒經營模式帶來新意。

行銷傳播規劃執行力

品牌資產管理、定位策略規劃執行、行銷組合規劃執行、跨媒體整合行銷傳播、企劃與提案、活動設計與執行、溝通與團隊合作、社交與人脈經營、業務開發、顧客關係維繫、組織及領導能力。

行銷傳播市場分析力

行銷研究，閱聽人研究、消費者行為分析、閱聽人研究等，有助於瞭解消費者與媒體閱聽人雙元市場相關之專業核心能力。

傳播管理學系學士班

專業核心能力	專業核心能力定義說明	相對應課程	檢核指標	檢核機制
傳播政策、法規的掌握力	了解國內現行傳播政策與法規、知悉國際組織規範對媒體產製的影響、體察全球化下傳媒產業的市場結構變遷、有效管理媒體文化創意商品之智慧財產。	課程一：跨國媒體集團 課程二：華人影視市場 課程三：智慧財產管理 課程四：傳播政策與法規 課程五：WTO 對傳播產業的影響	檢核學生是否具備對傳播政策、法規的掌握力。	1.將在校所學的課程與畢業生就業的關聯程度作為檢核依據。 2.將在校所學的課程與畢業生就學的關聯程度作為檢核依據。 3.透過「C-MAP」檢核學生在不同專業核心要表之能力，並據以分析學生是否已經達到應有的專業核心能力。 4.以學生透過產學合作、媒體實習落實「做中學」與「學中做」的績效表現作為檢核依據。
傳播產業洞悉力	了解數位匯流與傳播產業結構關係、體察社會文化發展與傳播產製關聯、熟悉產業匯流對傳媒組織變革影響、掌握傳播市場結構與內容產製的趨勢。	課程一：傳播組織與管理概論 課程二：傳播產業概論 課程三：媒體經濟學 課程四：傳播科技變遷史 課程五：媒體經營策略管理 課程六：閱聽人與消費者研究 課程七：創意開發及創意產業 課程八：文化與消費 課程九：跨媒體資源整合管理 課程十：經營績效分析與管理 課程十一：電視媒體經營管理 課程十二：媒體影音製作人(一)：音樂類 課程十三：媒體影音製作人(二)：電影類 課程十四：媒體影音製作人(三)：電視類	檢核學生是否具備專業分析傳播產業之敏覺、洞悉及判斷能力。	1.將在校所學的課程與畢業生就業的關聯程度作為檢核依據。 2.將在校所學的課程與畢業生就學的關聯程度作為檢核依據。 3.透過「C-MAP」檢核學生在不同專業核心要表之能力，並據以分析學生是否已經達到應有的專業核心能力。 4.以學生透過產學合作、媒體實習落實「做中學」與「學中做」的績效表現作為檢核依據。

專業核心能力	專業核心能力定義說明	相對應課程	檢核指標	檢核機制
<p>傳播數位化之管理應用能力</p>	<p>數位平台建置、數位平台管理、多媒體工具應用、專案管理能力、成本效益評估、系統化思考能力。</p>	<p>課程一：媒體人力資源管理 課程二：媒體資訊管理 課程三：資料庫管理 課程四：網路媒體平台建置與管理 課程五：內容產製概論 課程六：個人與群組資訊系統 課程七：E化傳播作業管理 課程八：傳播專案管理 課程九：數位行銷 課程十：數位化產製管理實務 課程十一：多媒體企劃與應用 課程十二：媒體作業自動化系統</p>	<p>檢核學生是否具備建構與維護E化之網路媒體平台，以及利用網路平台執行傳播產品之數位化產製專案管理能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.將在校所學的課程與畢業生就業的關聯程度作為檢核依據。 2.將在校所學的課程與畢業生就學的關聯程度作為檢核依據。 3.透過「C-MAP」檢核學生在不同專業核心要表之能力，並據以分析學生是否已經達到應有的專業核心能力。 4.以學生透過產學合作、媒體實習落實「做中學」與「學中做」的績效表現作為檢核依據。
<p>傳媒創新管理能力</p>	<p>由於資訊、通訊科技的發展、網際網路的普及，「速度」決定一切，而「創新」的速度又決定了企業、產業、及國家的競爭力。傳媒經理人唯有透過「不斷的創新」，才能滿足顧客需求，創造顧客價值。</p> <p>創新的過程中，創意的產生是首要的驅動步驟。在快速變遷，解構重組無所不在的傳媒生態中，正需要這些擅長思維創新對科學與技術的發展趨勢有深入觀察，經常能發揮先見之明，提出大量超乎尋常業務活動之外的新構想與創意者，期為傳媒經營模式帶來新意。</p>	<p>課程一：經濟學 課程二：統計學 課程三：媒體資訊管理 課程四：內容產製概論 課程五：智慧財產管理 課程六：傳播專案管理 課程七：創意開發及創意產業</p>	<p>檢核學生是否具備資料蒐集、處理之能力；資訊分析、應用之能力；知識創造及分享之能力。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.將在校所學的課程與畢業生就業的關聯程度作為檢核依據。 2.將在校所學的課程與畢業生就學的關聯程度作為檢核依據。 3.透過「C-MAP」檢核學生在不同專業核心要表之能力，並據以分析學生是否已經達到應有的專業核心能力。 4.以學生透過產學合作、媒體實習落實「做中學」與「學中做」的績效表現作為檢核依據。

專業核心能力	專業核心能力定義說明	相對應課程	檢核指標	檢核機制
行銷傳播規劃 執行力	品牌資產管理、定位策略規劃執行、行銷組合規劃執行、跨媒體整合行銷傳播、企劃與提案、活動設計與執行、溝通與團隊合作、社交與人脈經營、業務開發、顧客關係維繫、組織及領導能力。	課程一：媒體行銷管理 課程二：品牌管理 課程三：產品與訂價管理 課程四：通路與物流管理 課程五：組織行為 課程六：跨媒體整合行銷傳播 課程七：行銷傳播執行實務 課程八：行銷企劃撰寫實務 課程九：創意開發及創意產業 課程十：網路行銷實務 課程十一：關係資產管理 課程十二：業務實務專題(一) 課程十三：業務實務專題(二) 課程十四：數位行銷 課程十五：國際行銷 課程十六：管理者素養 課程十七：媒體分析與規劃	檢核學生是否具備品牌資產管理、定位策略規劃執行、行銷組合規劃執行、跨媒體整合行銷傳播、企劃與提案、活動設計與執行、溝通與團隊合作、社交與人脈經營、業務開發、顧客關係維繫、組織及領導等專業知識與技術，以確認學生具備媒體行銷管理與執行規劃能力。	1.將在校所學的課程與畢業生就業的關聯程度作為檢核依據。 2.將在校所學的課程與畢業生就學的關聯程度作為檢核依據。 3.透過「C-MAP」檢核學生在不同專業核心要表之能力，並據以分析學生是否已經達到應有的專業核心能力。 4.以學生透過產學合作、媒體實習落實「做中學」與「學中做」的績效表現作為檢核依據。
行銷傳播市場 分析力	行銷研究，閱聽人研究、消費者行為分析、閱聽人研究等，有助於瞭解消費者與媒體閱聽人雙元市場相關之專業核心能力。	課程一：傳播產業分析與寫作 課程二：閱聽人與消費者研究 課程三：民意測驗與市場調查 課程四：研究方法-文化與消費 課程五：資料分析與統計套裝軟體 課程六：媒體分析與規劃 課程七：媒體影音製作人(一)：音樂類 課程八：媒體影音製作人(二)：電影類 課程九：媒體影音製作人(三)：電視類	檢核學生是否具備消費者與媒體閱聽人雙元市場之相關知識與技術，以確定學生具備行銷傳播市場的分析能力。	1.將在校所學的課程與畢業生就業的關聯程度作為檢核依據。 2.將在校所學的課程與畢業生就學的關聯程度作為檢核依據。 3.透過「C-MAP」檢核學生在不同專業核心要表之能力，並據以分析學生是否已經達到應有的專業核心能力。 4.以學生透過產學合作、媒體實習落實「做中學」與「學中做」的績效表現作為檢核依據。