

傳播產業識析與資源 整合能力

1. 立基傳播產業特質，建立政治、經濟、社會文化、法規與科技等分析傳播產業構面之基本知識。
2. 從媒體匯流、數位化與全球化等產業環境趨勢，瞭解市場結構、內容產製發展現況與問題，打造分析傳播產業之敏覺、洞悉及判斷力。

傳播數位產製與專案 管理能力

1. 建構與維護數位化網路媒體平台（包括前端整合影片、動畫、音樂、圖片、文字之內容展示介面，以及後端內容管理介面）。
2. 利用網路平台執行傳播產品之數位化產製專案管理。

媒體研究與媒體行銷 管理能力

1. 一般企業行銷傳播能力。
2. 媒體產品、通路、定價、促銷等行銷策略規劃與執行。
3. 應用「整合行銷傳播」概念，整合企業內部行銷資源與外部跨媒體資源，有效達成企業行銷傳播

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。

101 世新大學系所專業核心能力暨檢核指標與機制表

傳播管理學系碩士專班

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
<p style="text-align: center;">傳播產業識析與資源整合能力</p>	<p>1. 立基傳播產業特質，建立政治、經濟、社會文化、法規與科技等分析傳播產業構面之基本知識。</p> <p>2. 從媒體匯流、數位化與全球化等產業環境趨勢，瞭解市場結構、內容產製發展現況與問題，打造分析傳播產業之敏覺、洞悉及判斷力。</p>	<p>課程一：傳播理論 課程二：媒體規劃與策略管理 課程三：傳播產業現況與發展 課程四：全球化傳播 課程五：媒體人力資源管理 課程六：消費與符號分析專題研究 課程七：媒體勞雇關係專題研究 課程八：跨媒體資源整合管理專題 課程九：文化創意產業專題研究 課程十：經營績效分析與管理專題 課程十一：兩岸傳播產業專題研究 課程十二：e化與組織變革專題</p>	<p>檢核學生是否具備進階傳播產業、進階資源整合能力。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
<p style="text-align: center;">傳播數位產製與專案管理能力</p>	<p>1. 建構與維護數位化網路媒體平台（包括前端整合影片、動畫、音樂、圖片、文字之內容展示介面，以及後端內容管理介面）。</p> <p>2. 利用網路平台執行傳播產品之數位化產製專案管理。</p>	<p>課程一：質化研究 課程二：e化傳播專案管理 課程三：無形資產經營管理 課程四：媒體資訊管理 課程五：網路管理專題 課程六：經營模式創新 課程七：電子商務專題 課程八：數位化產製管理專題 課程九：數位視訊媒體與文化社會專題</p>	<p>檢核學生是否具備進階傳播數位產製與專案管理能力。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

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>媒體研究與媒體行銷管理能力</p>	<p>1.一般企業行銷傳播能力。 2.媒體產品、通路、定價、促銷等行銷策略規劃與執行。 3.應用「整合行銷傳播」概念，整合企業內部行銷資源與外部跨媒體資源，有效達成企業行銷傳播</p>	<p>課程一：研究方法 課程二：資料分析 課程三：數位行銷專題 課程四：整合行銷傳播研究 課程五：媒體行銷管理 課程六：資料探勘與資料庫行銷專題 課程七：閱聽人與消費者研究專題 課程八：行銷研究 課程九：數位匯流與創新媒體營運 課程十：危機傳播與議題管理 課程十一：品牌行銷與管理 課程十二：關係資產管理專題</p>	<p>檢核學生是否具備進階媒體研究與媒體行銷管理能力。</p>	<p>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。</p>
<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。 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：組織理論與管理 課程二：媒體規劃與策略管理 課程三：無形資產經營管理 課程四：媒體人力資源管理 課程五：經營模式創新 課程六：資料探勘與資料庫行銷專題 課程七：電子商務專題 課程八：顧客關係與顧客經驗管理專題</p>	<p>檢核學生是否具備進階資訊分析與應用，知識創造與分享，以及經營模式創新之能力。</p>	<p>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。</p>