

廣告學系課程簡介

壹、教育目標

一、教育目標

本系所秉持的教育理念，乃以理論與倫理為核心，佐以專業知識的訓練及人文知識的涵養，培養理論與實務並重、具國際移動能力的策略溝通與設計人才。

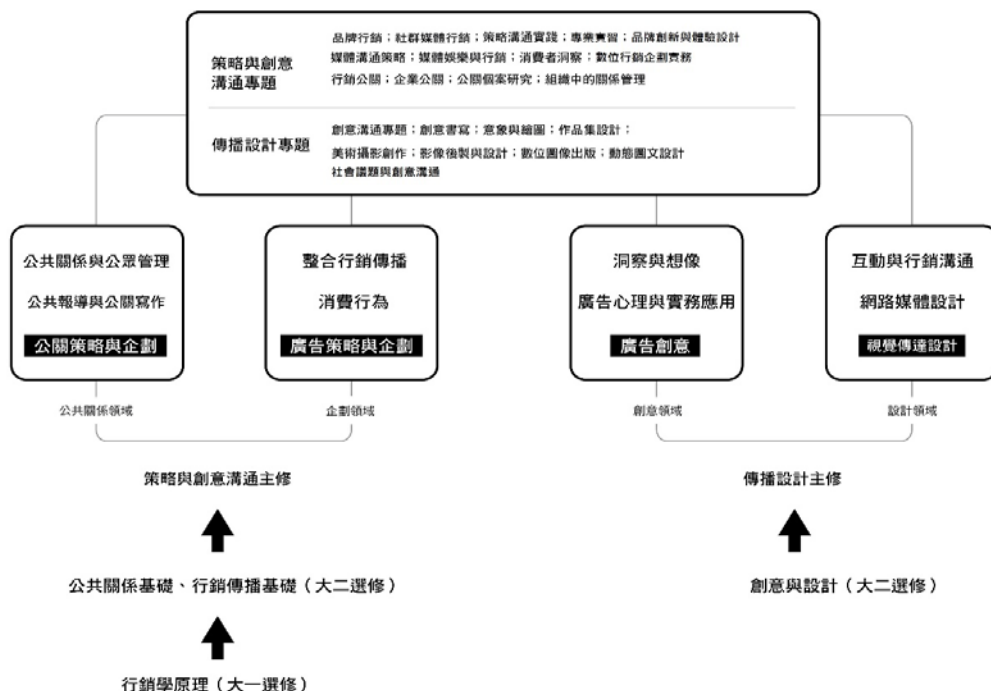
本系開設兩個主修：《策略與創意溝通》學程致力於培養具數據分析與消費者洞察能力的全傳播策略與創意人才；《傳播設計》則以培養學生跨領域創作與說故事能力為主，整合聲音與靜、動態影像等表現工具，培養多方位內容創作與品牌溝通人才。《策略與創意溝通》與《傳播設計》學生可以根據自己的興趣，跨修兩個學程的課程。

二、未來發展方向

本系中長期發展方向包括以下兩點：

- (一) 產學接軌，打造創新數位行銷學習場域
- (二) 國內留學、國外交換實習，打造國際移動能力學習場域

貳、課程地圖



參、畢業門檻檢定及修業規定

一、廣告學系主修

畢業學分	128 學分
通識課程	28 學分
服務學習課程	兩學期 (0 學分)
體育課程	四學期 4 學分
必修科目	本系有《策略與創意溝通主修》與《傳播設計主修》： 《策略與創意溝通主修》之必修科目為：「廣告策略與企劃」3 學分、「公關策略與企劃」3 學分。 《傳播設計主修》之必修科目為：「視覺傳達設計」3 學分、「廣告創意」3 學分。
修課特殊規定	(一)「全民國防教育軍事訓練」選修課不列入畢業總學分。 (二)任一主修至少須修畢 24 學分，含必修 2 科共 6 學分；其他 18 學分(群修)得在兩主修課程中任意修讀。
資格檢定	通過本校畢業相關規定

肆、課程規劃

大三上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402007001	廣告策略與企劃	必	3
402071001	廣告創意	必	3
402692001	視覺傳達設計	必	3
402671001	媒體溝通策略	群	3
402679001	意象與繪圖	群	3
402672001	策略溝通實踐	群	3
402733001	策略溝通專題：行銷公關	群	3
402779001	公共關係與公眾管理	群	3
402806001	消費行為	群	3
大三下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402051001	公關策略與企劃	必	3
402673001	互動與行銷溝通	群	3
402676001	動態圖文設計	群	3
402681001	數位圖像出版	群	3
402685001	社會議題與創意溝通	群	3
402688001	網路媒體與設計	群	3

402689001	社群媒體行銷	群	3
402707001	影像後製與設計	群	3
402806001	廣告心理與實務應用	群	3
402809001	整合行銷傳播	群	3
402815001	公共報導與公關寫作	群	3
402917001	企業公共關係	群	3
預計開課	媒體娛樂與行銷	群	3
預計開課	媒體企劃與實務	群	3
預計開課	品牌識別與應用設計	群	3

大四上學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402734001	公關個案研究	群	3
402841001	創意溝通專題：廣告文案	群	3
402729001	數位行銷企劃實務	群	3
402732001	策略溝通專題：品牌行銷	群	3
402879001	創意溝通專題	群	2
402693001	美術攝影創作	群	3
402786001	專業實習	群	1
大四下學期			
科目代號	課程名稱	修別	學分
402677001	組織中的關係管理	群	3
402683001	品牌創新與體驗設計	群	3
402862001	作品集設計	群	3
402712001	創意溝通專題：洞察與想像	群	3
預計開課	大數據與洞察	群	3

註：實際開課與上課時間以教務處公告為準。

伍、課程總覽

402007001	廣告策略與企劃	必修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 認識企劃流程。</p> <p>(二) 知道如何蒐集與分析次級資料以進行情境分析。</p> <p>(三) 知道如何進行 SWOT 分析與排序。</p> <p>(四) 知道如何設定行銷傳播目標。</p> <p>(五) 知道如何發展行銷傳播策略與戰略。</p> <p>(六) 知道如何設定 KPI。</p> <p>(七) 知道如何撰寫專業的行銷傳播企畫書。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 企劃流程；(二) 情境分析；(三) SWOT 分析；(四) 行銷傳播目標；(五) 策略與戰略；(六) KPI。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402071001	廣告創意	必修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 學會思考，善用觀察。</p> <p>(二) 懂得如何說故事（敘事），且故事會打動人。</p> <p>(三) 知道如何用工具來說故事（工具涵蓋：五官可以接收的訊息，也許是聲音、文字、圖畫，也許我們還未知的表現形式）。</p> <p>(四) 將所學的方法、工具、模式充分應用在實務廣告創作中。</p> <p>(五) 信守原創 Originality 精神，完美中的完美。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) Incubation 孕育期：透過概念、方法，帶你體驗周遭事物，學會觀察與互動；(二) Saturation 轉化期：這階段又稱地獄期，新生命綻放出來前一定會經歷難過的陣痛，有的人陣痛期短，有的人必須陣痛好幾天，無論如何一定要忍耐下去，轉化成功有如打通任督二脈，將創意招式煉的爐火純精；(三) Illumination 擦亮期：在靈光一閃下，由無意識中浮現創意的閃光，藉由經驗與美感訓練將他刻劃出來。這個階段找出實際案例來練兵，把功力展露出來。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402692001	視覺傳達設計	必修	上學期	3學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	學習並認識符號學、格式塔心理學、錯視等視覺傳達理論概念，並透過平面設計、廣告設計、包裝設計及網站編排設計等相關領域之實務案例，瞭解點、線、面表現元素及色彩學等基本形、色構成概念，並運用軟體技術進行平面設計表現的實作演練。國內外優秀得獎作品案例賞析，讓同學瞭解視覺傳達設計的本質、意義及其應用。平面設計與影像合成軟體的教學，提升進階操作與應用能力。參加國際級海報設計競賽為目標。				
課程大綱 Course Description	(一)瞭解視覺傳達設計的理論與應用；(二)平面設計表現技法的學習與應用；(三)視覺傳達設計作品賞析；(四)平面與影像設計軟體學習；(五)平面設計專題實作演練；(六)指導參加國際級海報設計競賽。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402671001	媒體溝通策略	群修	上學期	3學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	This course will introduce you to the process of media planning and how it fits into the marketing function for brands, products and services. This process involves the creative and strategic use of media vehicles to deliver advertising messages to the target audience at the right time, through the most appropriate communication channels, and in a cost efficient manner.				
課程大綱 Course Description	<p>Upon completion of this course, you should:</p> <p>Understand the contemporary media planning environment through the discussion of current events, trends, controversies, and ethical dimensions</p> <p>Know the language/terminology related to strategic media planning and activation</p> <p>Be familiar with the resources, data, and research tools available for advertising media planning</p> <p>Gain conceptual knowledge of media industries, relationships between those</p>				

	<p>institutions, media types/vehicles and other contact points available to reach diverse audiences</p> <p>Understand how advertising is integrated with other promotional tools to create effective marketing communication plans</p> <p>Develop an understanding of traditional, digital, social and mobile media and their uses as advertising vehicles</p> <p>Effectively communicate media planning concepts and recommendations in both written and verbal form</p> <p>Be able to effectively use the critical thinking skills involved in the media planning process</p>
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>	

402679001	意象與繪圖	群修	上學期	3 學分	廣告三
<p>課程目標</p> <p>Course Objectives</p>	<p>這堂課是廣告系與 X College 合作的創新實驗</p> <p>這堂課不是頭腦的課，而是與頭腦的學習互補</p> <p>「意象與繪圖」是實驗課程，經由原型故事、童話分析、夢工作、自由書寫、積極想像、直觀歷程性繪畫等工作方法，先讓意象自無意識浮現，再被畫者的畫筆所捕捉，最終成為個人意識的局部，藉此不斷拓展創作者對於外在世界與內在心靈的認識。</p>				
<p>課程大綱</p> <p>Course Description</p>	<p>這堂課打算透過繪畫來擾亂日常的「癮」</p> <p>我們的日常，由成群結隊的「癮」所構成，工作成癮、孤獨成癮、手機成癮...以我的日常為例，過去這週，每日螢幕使用時間超過兩小時，首次滑手機發生在清晨 5 點 29 分，接下來每小時拿起咬鳳 4 次，平均每 10 分鐘收到一則訊息...這些量的數據及其意義，或許可以因為繪畫介入而產生質的改變，讓身處大數據雲端裡的我們，找到一把梯子，從被網路連結的億萬顆小行星的離散認同裡</p>				

	<p>爬下來、接地氣，領會自己是獨特的，日常是詩意的，創造力並非永恆少年專屬的。</p> <p>這堂課相信，除了「日常」這個外顯現實，還有一組看不見、摸不到，但確實存在於裡面的內在現實，靈活運用書寫、繪畫與身體，就有機會打開大象的房間，將它佈置成維吉尼亞·吳爾芙 (Virginia Woolf) 的書房，種一棵被芙烈達·卡蘿 (Frieda Kahlo) 稱為希望之樹，行走在瑪莎·葛蘭姆的 (Martha Graham) 的迷宮裡，直到玩夠了，長出新模樣了，才重返不再尋常的日常。</p> <p>這堂課是老師與學生一起進行的行動研究</p> <p>這堂課的目的不是系統與歸納，而是解構然後結構，所以選擇以行動研究的精神設計課程，也就是在課程進行中不斷檢討和修正課程的目標、方法與結果，並據此發展新的行動。</p>
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>	

402672001	策略溝通實踐	群修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	本課程希望整合廣告與公關策略相關知識領域，帶領同學進行各項企劃與實作執行。				
課程大綱 Course Description	本課程鼓勵同學實際應用廣告系所學於實踐執行。為達成此項目標，本課程將廣邀業界講師，透過工作坊或討論會的方式，幫助學生突破企劃與實際執行時的盲點、增強實際執行時的不足、順利銜接職場生活。這樣的新型態授課方式，不但可以幫助學生產學接軌，也有助於授課教師了解數位時代下策略溝通實踐過程，對於廣告系同學的學習會有莫大幫助。				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402733001	策略溝通專題：行銷公關	群修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	說明公關業界操作現況，以實際案例使學生瞭解行銷公關產業動態				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 公關概念；(二) 公關在行銷中的角色：整合行銷概念；(三) 公關與消費者研究；(四) 媒體對於行銷的影響；(五) 公關與行銷渠道關係；(六) 議題設定與行銷；(七) 議題與行銷案例；(八) 利益關係人在行銷中的運用。(九) 利益關係人案例研討；(十) Social Media與行銷：公關在網路以及 web 2.0中的運用 Social Media案例研討；(十一) 公關與整合行銷企劃：行銷中的公關企畫，如何撰寫企畫書 (十二) 公關與整合行銷案例。</p>				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402779001	公共關係與公眾管理	群修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	This course examines the managerial role in public relations practice. Students increase their understanding of key dimensions in PR management, including professional ethics, concepts of excellence, strategic planning, media relations, business and financial regulations and terminology, crisis management and political dynamics and decision-making in diverse organizations. A variety of teaching /learning approaches—case studies, team projects, debates, simulations, student presentations, readings, and lectures—are used to enhance understanding and increase student responsibility for learning				
課程大綱 Course Description	In this higher-level course, we will have discussions, lecture, in-class exercises, and team-based projects and individual assignments. This course will be taught in English. It is our goal to best prepare you for the real world. Most (if not all) readings are in English, and so are the lectures. This is aimed to provide you with the most current knowledge in the field and to help you be better prepared for the profession, which increasingly becomes globalized and demands English proficiency. You are also required to present and write in English for all the assignments, unless otherwise noted.				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402806001	消費行為	群修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course objectives	藉課程講授與討論，使學生明瞭消費行為的各個面向與研究。並結合心理學、社會學、行銷學、與傳播學的理论，讓同學明瞭學理如何應用在市場區隔與行銷實務。				
課程大綱 Course Description	(一) 消費者知覺、學習；(二) 需求確認、資訊尋求；(三) 選項比較、執行決策；(四) 消費者動機與態度情感意圖；(五) 消費者人口統計、價值觀、生活型態；(六) 自我概念、人格與消費行為；(七) EICP 行銷資料庫 CEO 演講；(八) 文化環境與社會階層之影響；(九) 家庭與參考團體、口碑。(十) 商品的創新與傳佈；(十一) 如何和消費者溝通；(十二) 網路消費行為；(十三) 置入式行銷；(十四) 消費者權益與消費糾紛。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402051001	公關策略與企劃	必修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	本課程為公關學程高階課程，開設目標旨在幫助同學熟悉公共關的實務與策略的規劃為目標，將「公關概論」、「公關寫作」等課程中介紹的公關策略運用、如何建立媒體關係、新聞稿寫作與媒體特性分析等範圍加以整合，讓同學從個案操作中學習公關企劃書的寫作，公關策略的思考與規劃，公關活動的執行與效益評估。				
課程大綱 Course Description	課程主要正式參與公關提案競賽為目標，進行以下課程規劃：(一) 公關企劃的前置階段—產業的需求與問題分析；(二) 業前置分析；(三) 研究設計與執行；(四) 組織分析與外部分析；(五) 公關策略規劃；(六) 公關媒體介紹；(七) 宣傳（說服）策略之發想；(八) 危機處理；(九) 公關活動的執行與評估。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

402673001	互動與行銷溝通	群修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	互動是一種人與人、人與介面的溝通方式，也是一種相互理解的形式。本課程從多元的互動廣告案例分享來思考人們互動行為與行銷廣告之互動方式運用間的關聯性，並進一步探究如何透過有意義的動作來強化廣告內容的理解。本課程透過互動廣告主題構思、互動行為觀察、互動媒體概念，到互動行銷專題實作與模擬，來延伸思考互動在行銷溝通時的重要性。				
課程大綱 Course Description	課程設計與說明 互動在傳播媒體中的運用與案例分析 互動廣告媒體之目標族群行為與互動策略分析(一)~(二) 互動行銷專題規劃(一)~(四) 互動行銷專題成果發表 互動行銷專題成果評估與檢討				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

402676001	動態圖文設計	群修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>動態圖文設計意在根據訊息溝通的目的將文字與圖像進行安排，並考量傳達內容的重要性與邏輯順序，加入適合的動態呈現方式，使觀者能夠在動態圖文的演示過程中，逐步的理解訊息的意義。動態圖文除了有精簡、重要的文字敘述外，圖像的設計與動態安排的策略，必須能夠吸引觀者的目光，讓精簡的圖文資訊有效地傳達，尤其是順應人們視覺動線的慣性來規劃圖文出現的位置、方向與順序，並搭配合宜的動態、節奏、音樂與音效，讓資訊的傳達更豐富而完整。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>課程設計與說明</p> <p>圖像的設計與運用(一)(二)、文字的編排與運用(一)(二)、圖文動態節奏運用個人動態圖文設計作品製作(一)~(三)、小組動態圖文設計作品製作(一)~(八)</p> <p>動態圖文專題成果評估與檢討</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

402681001	數位圖像出版	群修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 學習編排設計的設計概念與表現形式。</p> <p>(二) 國內外優質數位出版品作品賞析。</p> <p>(三) 數位出版技術學習與演練。</p> <p>(四) 期中與期末數位出版實作演練。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 編排設計觀念學習；</p> <p>(二) 數位出版作品賞析；</p> <p>(三) 數位出版技術學習。</p> <p>(四) 數位出版實作；</p> <p>目的：讓學生對編排設計及數位出版的實務流程有基本概念，並能運用所學之觀念與技術完成期末的數位出版作品。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

402685001	社會議題與創意溝通	群修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>這門課以創意和實作為主，希望可以帶領同學發展一系列作品，為畢業之後下一階段做準備。本課程適合以下兩種同學修習：(1) 已經具備設計、影像創作基礎，想要利用一學期的時間完成一個專題或作品集；(2) 雖然不具備實作能力，但對於「發想」廣告創意有興趣，希望開發自己的創意潛能。</p> <p>在廣告系開「社會／環境議題」有兩個價值。首先，社會／環境議題跟品牌形象息息相關，企業不僅要重視其社會責任，而且「善因行銷」(cause marketing)也是重要的行銷手法。其次，社會／環境議題時常是跨國界、跨文化的問題，以此為題的作品日後在求職、申請學校時容易被理解，便於審查者欣賞其創意，也有利於參加國際競賽。</p> <p>本學期關注的社會議題包括：海洋垃圾、快時尚與環境賀爾蒙。這些議題與我們日常消費息息相關，而且其後果也直接影響每一個人的健康。我期待同學修完這門課之後，除了學習廣告專業、累積作品之外，還能成為一位具有環境意識的消費者，進而影響身邊的人，促成一些小小改變。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>1.觀摩當代最新的創意、科技以及行銷應用。本學期聚焦於五種媒體：平面／視覺溝通、環境媒體、影視媒體、行動媒體、網路媒體，整理近五年坎城創意節的得獎作品，進行分類，討論每一種類型的特色與類型之間的差異，期待藉由這種方式引導同學發想創意。</p> <p>2.環境賀爾蒙。我們的生活中充斥各種化學物質，例如塑膠容器、沐浴乳、指甲油、香水、起司牛奶等乳製品都可能含有塑化劑的成分。這類化學物質稱為內分泌干擾物，他們進入身體之後會模擬、干擾賀爾蒙的運作，進而產生許多慢性病，如肥胖、糖尿病、生殖系統異常、甚至癌症。這是一個亟待正視與宣導，關係著每個人生活與健康的問題。</p> <p>3.創作與討論。這門課有兩條學習路徑： 。已經具備實作基礎的同學，可以專注於創作自己擅長的媒介（如攝影），將我上課分享的創意融入你的作品，並且發展成一個專題。這類同學發想的創意重視可行性，目標是發展成一系列精緻、專業的作品。這條路徑適合想要申請國內外藝術、影像、設計領域研究所的同學。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 4 </u> 小時</p>					

402688001	網路媒體與設計	群修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	(一)網站設計與企劃概念學習。 (二)網站視覺編排設計美感與技巧學習。 (三)網站行銷與線上活動企劃學習。 (四)網站設計軟體操作技術學習。 (五)網站設計實作演練。				
課程大綱 Course Description	期望透過本課程讓學生藉由課堂學習、實作演練及實際參賽等課程內容，習得網站及網路媒體設計的理論與技法：(1) 網站設計與企劃概念 (2) 網站視覺編排設計美感與技巧學習 (3) 網站行銷與線上活動企劃學習 (4) 網站設計實作。				
預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時					

402689001	社群媒體行銷	群修	上學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	(一)瞭解並深入探討社群媒體的發展及特性，應用於行銷企劃。 (二)從社會學、人際傳播及媒體與科技切入社群媒體，靈活運用其元素企劃行銷內容。 (三)瞭解並練習目前社群媒體行銷實作技巧及趨勢。				
課程大綱 Course Description	(一)行銷中的社群運算；(二)社群媒體的發展及特性；(三)社會網絡初探；(四)社群網站閱聽眾：動機與個性；(五)心理幸福感及情緒；(六)自我及品牌形象呈現及展演；(七)業界社群行銷演講；(八)數位口碑傳播：情緒傳染；(九)社群網站及病毒行銷；(十)社群媒體及電子商務；(十一)社群媒體及政治傳播；(十二)網路互動性／遊戲化；(十三)品牌之前社群行銷階段；(十四)品牌階段與品牌之後。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402707001	影像後製與設計	群修	下學期	3學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	本課程作為銜接基礎攝影的進階課，目標是讓同學： (一) 接觸後製的創意與技術。 (二) 利用後製技術創造特殊的視覺經驗。				
課程大綱 Course Description	本學期的課程涉獵以下四個層面：(一) 拍攝優質影像；(二) 影像優化；(三) 後製美學；(四) 軟體技巧。 課程進度：(一) 處理 Raw 檔；(二) Photoshop 基礎；(三) 透過銳利與柔焦輔助敘事；(四) 色彩創意；(五) 修正瑕疵 美化人像；(六) 紋理；(七) 合成與特效。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402806001	廣告心理與實務應用	群修	下學期	3學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	(一) 賞析各類廣告、戲劇、影音內容；(二) 了解人們使用媒介過程中的心理機制；(三) 理解媒介使用帶給人們與社會的影響；(四) 透過課堂討論培養分析閱聽眾媒介使用經驗的能力。				
課程大綱 Course Description	(一) 閱聽人需求 (二) 認識自我與消費者；(三) 身體意象與刻板印象；(四) 態度與說服；(五) 理性與感性訴求；(六) 愉悅感、角色互動、同理心；(七) 情緒內容與情緒管理 小組討論 / 期末報告				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402809001	整合行銷傳播	選修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 認識整合行銷傳播重要專有名詞。</p> <p>(二) 認識不同的直效行銷與銷售促進工具。</p> <p>(三) 知道如何進行觸動點分析。</p> <p>(四) 知道如何評估訊息一致性。</p> <p>(五) 知道如何使用觸動點與次級資料分析結果，進行整合行銷傳播企劃。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 整合行銷傳播基礎；(二) 直效行銷；(三) 消費者銷售促進；(四) 觸動點分析；(五) 觸動點整合；(六) 訊息整合；(七) 整合行銷傳播企劃。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

402815001	公共報導與公關寫作	選修	下學期	3 學分	廣告三
課程目標 Course Objectives	<p>培養同學公關寫作的純熟度，並了解新聞媒體動態各式公關寫作的方式。將以上運用於公關實務操作中，包括公關企劃宣傳，建立媒體關係，相關訊息寫作與整理等。藉由課程，使同學了解企業公關或公關公司的新聞操作方式，學習在有限時間中如何蒐集資料、整理、撰稿的文字寫作與整合能力。並了解整合行銷傳播中公關的角度與運用的方式，亦是本課程的目的之一。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 公關與廣告的分別；(二) 公關的類型；(三) 媒體媒別與特性；(四) 公關寫作的主題與類型 (5W1H)；(五) 新聞價值與讀者需求；(六) 新聞搜集與資料整理；(七) 講稿改寫新聞稿；(八) 公關寫作 ①：消費新聞稿；(九) 公關寫作 ②：活動新聞稿、新聞照片與新聞影像；(十) 公關寫作 ③：調查新聞稿、認識採訪對象；(十一) 公關寫作 ④：公益新聞稿；(十二) 媒體採訪對象與新聞資料袋準備；(十三) 公關活動規劃；(十四) 公關案例介紹。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時</p>					

402917001	企業公共關係	選修	下學期	3 學分	廣告系
課程目標 Course Objectives	<p>(一) 業界教師能帶給同學的不應只是實務操作技能，而是引領同學如何將學校中所學習的相關基礎學識，能活用到實務工作中。</p> <p>(二) 公關不僅是整合行銷的一環，更不該只是媒體關係跟活動操作，公關還有更多不同的專業領域面向要讓同學理解。</p> <p>(三) 個案的學習不僅是看熱鬧的批判，更要能透析背後的策略思維及環境及利益關係人課題。</p> <p>(四) 公關需要簡報能力，書寫能力更要能團隊合作。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>公關是一門溝通的學問，因此精進『溝通』的五字心訣是我們畢生追求的目標。本課程在學習溝通 SMCRE 五字訣的五門專業知識與技巧：(一) C+R；(二) C+S+M；(三) S+E；(四) 基本能力篇；(五) 基本態度篇。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402734001	公關個案研究	群修	上學期	3 學分	廣告系四
課程目標 Course Objectives	<p>在公關實際運作的過程中，常會遭遇各式各樣的問題與挑戰。業界人士解決這些問題的方法，是根植於過去的經驗，參考相似個案解決之道。然而，對於公關學程的修課同學而言，短期而言，無法累積太多的實務操作經驗，因此如何在正式就業之前，發展一套分析、研究與解決公關問題的方法，對於各種公關情境能培養出正確而合乎邏輯的判斷，是本課程希望達成的目標。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>課程介紹；員工關係；公共關係研究的新興主題(公關在策略管理中的角色)；社區關係；投資人關係；消費者關係；公關與行銷；媒體關係；公關與網際網路；公關與網際網路：運用及管理實例介紹；公共議題管理：國內篇；公共議題管理：國外篇；危機處理</p> <p>公關倫理 一個公關學程生如何規劃職場生涯</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402841001	創意溝通專題：廣告文案	群修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	教授廣告文案從 A 到 Z 的完整知識，同時教導文案撰寫技巧。				
課程大綱 Course Description	(一) 文案是什麼；(二) 文案的功效；(三) 文案的演進；(四) 文案的撰寫原則；(五) 文案和廣告的關係；(六) 文案和創意的關係；(七) 文案和文學的差異；(八) 文案和視覺的關係；(九) 文案的撰寫前準備；(十) 從文學學文案；(十一) 從新詩學文案；(十二) 從歌詞學文案；(十三) 從極短篇學文案；(十四) 從庶民文學學文案；(十五) 文案的十大理論。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402729001	數位行銷企劃實務	群修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	本課程在於讓學生了解數位行銷的特性與發展趨勢，更要讓學生熟悉全方位的數位行銷工具整合運用，及進入數位行銷產業的準備及途徑。				
課程大綱 Course Description	(一) 數位行銷概論；(二) 數位時代的新媒體規則；(三) 數位行銷的十二項原則；(四) 網路／網站；(五) 網路媒體：播放式廣告；(六) 搜尋；(七) User Experience；(八) 病毒行銷；(九) 數位行銷架構與策略；(十) 目標定義與參與者寫真；(十一) 建構數位平台／Channel Mix；(十二) 數位創意／創新；(十三) 消費者創造內容／打造知名度；(十四) 行動平台；(十五) 社群媒體；(十六) 行銷統合；(十七) 資料的管理；(十八) 分析與優化。				
預估每周課外學習時間 <u>3</u> 小時					

402732001	策略溝通專題：品牌行銷	群修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	以淺顯易懂的實戰案例市場透視品牌行銷的策略、創意、企劃。				
課程大綱 Course Description	(一) 行銷傳播實戰入門；(二) 策略思考暨創意企劃；(三) 行銷傳播策略思考與創意企劃隨堂演練；(四) 活動行銷；(五) 品牌贊助；(六) 新聞曝光；(七) 品牌定位；(八) 行銷；(九) 管理。				
預估每周課外學習時間 <u>2</u> 小時					

402879001	創意溝通專題	群修	上學期	2 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	創意是廣告最核心的價值。廣告創意對商品訊息的包裝，除了面臨在商業行為中需要打動人心、促進商品銷售、改變人們看法及影響生活外，更因為數位媒體逐漸取代傳統媒體，而必須呈現更多元、更互動、更廣泛的適用性（例如：如何用創意包裝 SoLoMo）。創意，不論古今，不分媒體，是廣告人就必須具備的能力。所幸，廣告創意是創意形式裡面，比較能用有系統的方式得窺全貌，進而加以訓練的。本課程將從實務觀點，介紹各主要類型廣告的創作流程、創意發想方式、創意在新興媒體的應用，與評估創意的的方法。				
課程大綱 Course Description	(一) 判讀廣告實務中的創意需求。 (二) 發想廣告創意所需的技巧與工具。 (三) 各類型主流廣告的創意發想與執行。				
預估每周課外學習時間 <u>2</u> 小時					

402693001	創意溝通專題：美術攝影創作	群修	上學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	歡迎有意願經由拍照習作，進行攝影創作、深化影像賞析，與建立相關論述能力的同學。這不是一門只聽講及閱讀文本的課，全學期有三次全班作品檢討，修課同學必須在學期末完成至少一組足以參加全國性攝影比賽的作品				
課程大綱 Course Description	(一) 攝影是一種「視覺傳播」的表現形式；(二) 攝影是一種「藝術」的表現形式；(三) 靜態數位影像美學 (形式與內容)；(四) 單張、靜態的「純粹」影像；(五) 非單張、替代式的影像呈現形式；(六)「個人影像剪貼簿」。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時 (109 學年未開課)					

402786001	專業實習	群修	上學期	1 學分	廣告三四
課程目標 Course Objectives	掌握業界脈動 充實自我技能 學生經由實習可以連結學校所學的理论與概念至產業中，互為印證，並體會做中學。				
課程大綱 Course Description	於寒、暑假或 108 學年度上學期學期間 (可回朔追認)有至業界實習者，皆可以選修本專業實習課。				
預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時					

402677001	組織中的關係管理	群修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>本課程將使學生於修完本課後具備以下的能力：</p> <p>了解人際關係溝通的性質、目的和重要性；了解人際交往中的溝通過程；具批判和分析技能，能運用語言與非語言溝通，提高互相理解；了解公平在創造有效的團隊環境中的重要性；了解多元文化、多代人溝通和性別意識；同時減少種族中心主義、年齡和性別帶來的負面影響和歧視；區分專業環境中的道德和不道德行為。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>Establishing Credibility / Interpersonal Communication and Emotional Intelligence / Team Communication and Difficult Conversations / Communications across Cultures / Creating Effective Business Messages / Traditional Tools, Email, Social Media for Business Communication / Messages: Routine & Persuasion, and Bad News / Research and Business Proposals and Planning for Business Reports / Completing Business Proposals and Business Reports / Delivering Presentations / Employment Communication</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

402683001	品牌創新與體驗設計	群修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>科技發展帶來行銷傳播複雜且不斷變化的今天，行銷傳播需要創新的思維與作法！</p> <p>透過體驗設計的手法，貼近感受顧客的心情變化，創造顧客品牌體驗價值的提升，才能帶來全新的品牌創新。</p> <p>本課程規劃為「品牌願景價值開發」、「創新策略規劃」、「顧客旅程地圖」、「體驗設計發想企劃」四大單元，跨越傳播領域至行銷領域的全程創新學習。</p>				
課程大綱 Course Description	<ol style="list-style-type: none"> 1.學習品牌願景的核心價值所在與各項品牌要素開發 2.從品牌創新的新趨勢來認識品牌創新的無限可能 3.了解創新策略如何透過方法來有系統的規劃 4.以顧客旅程地圖來進行品牌體驗價值的提升 				

5.從消費者的日常行為模式，探討產品與服務創新，如何帶來前所未有的全新體驗

※學習成效：

- 1.能運用方法論開發品牌願景價值
- 2.能夠善用工具進行創新策略的規劃
- 3.能透過顧客旅程地圖來發展服務方案
- 4.能以團隊共創完成體驗設計的發想企劃

預估每周課外學習時間 4 小時

402862001	作品集設計	群修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>打造”Me”品牌，提升戰鬥力與能見度</p> <p>盤點反芻與創造，完成個人作品集</p> <p>在校園與職場的銜接點上，搭建一座橋</p> <p>向內看：集結內在資源，尋找個人強項</p> <p>向外踏：掌握業界創意趨勢，擴大視野</p> <p>為自己錨定座標，成為一座連結內外、連結過去與未來的橋</p>				
課程大綱 Course Description	<p>【聚焦】目標與定位-甚麼是作品? 廣告界需要怎樣的的作品?</p> <p>【尋根】觀察鏡中之你 1~2</p> <p>【定位】屬於自己的一份簡報</p> <p>【生根】創造力專題、發展作品集計畫</p> <p>【灌溉】創意總監開講 (業界在找尋甚麼樣的人)</p> <p>【施肥】國外創意案例討論</p> <p>【發芽】內容主軸與風格定調</p> <p>【伸展】作品集進度報告討論</p> <p>【開花】作品集發表 1、2</p> <p>心得分享</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u>4</u> 小時</p>					

402712001	創意溝通專題：洞察與想像	群修	下學期	3 學分	廣告四
課程目標 Course Objectives	<p>這是政大傳院的進階創意課。</p> <p>以行動研究與深度心理學 (Jung Psychology) 為經、創意思考與設計思維為緯，透過理論講述、書寫反思、體驗性工作坊與 project base learning，運用洞察與想像工具，完成一份對應自身在當代社會如何安身立命的跨媒材創作洞察報告。</p>				
課程大綱 Course Description	<p>(一) 定義：何謂洞察？何謂想像？兩者與創意溝通的關聯？(二) 練習：觀察、同理、對話與分析工具；(三) 理論：心理類型、情節、原型、陰影、阿尼瑪與阿尼姆斯；(四) 實作：青年洞察報告。</p>				
<p>預估每周課外學習時間 <u> 3 </u> 小時</p>					

陸、學生修業規劃及課程檢核表

大學部 (表格內容可自行增減)

姓名：_____

學號：_____

大一上學期

課程名稱								上課時間	類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	資訊通	體育	書院通	院必修	主修	選修
畢業至少應修學分	3-6	6	3-7	3-7	3-7	2-3	4	0-3	18	24	54-58
	28+4(體育)										
至本學期累計修畢											

大學部 (表格內容可自行增減)

大一下學期

課程名稱								上課時間	類別	學分數	
類別	中文 通	外文 通	人文 通	社會 通	自然 通	資訊 通	體 育	書院 通	院必 修	主修	選修
畢業至少 應修學分	3-6	6	3-7	3-7	3-7	2-3	4	0-3	18	24	54-58
	28+4(體育)										
至本學期 累計修畢											

大學部 (表格內容可自行增減)

大二上學期

課程名稱								上課時間		類別	學分數
類別	中文 通	外文 通	人文 通	社會 通	自然 通	資訊 通	體 育	書院 通	院必 修	主修	選修
畢業至少 應修學分	3-6	6	3-7	3-7	3-7	2-3	4	0-3	18	24	54-58
	28+4(體育)										
至本學期 累計修畢											

大學部 (表格內容可自行增減)

大二下學期

課程名稱								上課時間	類別	學分數	
類別	中文 通	外文 通	人文 通	社會 通	自然 通	資訊 通	體 育	書院 通	院必 修	主修	選修
畢業至少 應修學分	3-6	6	3-7	3-7	3-7	2-3	4	0-3	18	24	54-58
	28+4(體育)										
至本學期 累計修畢											

大學部 (表格內容可自行增減)

大三上學期

課程名稱								上課時間	類別	學分數	
類別	中文 通	外文 通	人文 通	社會 通	自然 通	資訊 通	體 育	書院 通	院必 修	主修	選修
畢業至少 應修學分	3-6	6	3-7	3-7	3-7	2-3	4	0-3	18	24	54-58
	28+4(體育)										
至本學期 累計修畢											

大學部 (表格內容可自行增減)

大三下學期

課程名稱								上課時間	類別	學分數	
類別	中文 通	外文 通	人文 通	社會 通	自然 通	資訊 通	體 育	書院 通	院必 修	主修	選修
畢業至少 應修學分	3-6	6	3-7	3-7	3-7	2-3	4	0-3	18	24	54-58
	28+4(體育)										
至本學期 累計修畢											

大學部 (表格內容可自行增減)

大四上學期

課程名稱								上課時間		類別	學分數
類別	中文 通	外文 通	人文 通	社會 通	自然 通	資訊 通	體 育	書院 通	院必 修	主修	選修
畢業至少 應修學分	3-6	6	3-7	3-7	3-7	2-3	4	0-3	18	24	54-58
	28+4(體育)										
至本學期 累計修畢											

大學部 (表格內容可自行增減)

大四下學期

課程名稱								上課時間	類別	學分數	
類別	中文通	外文通	人文通	社會通	自然通	資訊通	體育	書院通	院必修	主修	選修
畢業至少應修學分	3-6	6	3-7	3-7	3-7	2-3	4	0-3	18	24	54-58
	28+4(體育)										
至本學期累計修畢											

傳播學院師資介紹

壹、玉山學者及名譽教授

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
李金銓	玉山學者	美國密西根大學 大眾傳播研究博士	傳播學、媒介社會學、媒介政治 經濟學、全球化傳播	傳播學院/ 臺史所合聘
汪琪	名譽 講座教授	美國南伊利諾大學 新聞博士	文化產業與全球化、歐洲中心主 義與傳播研究	新聞學系
朱立	名譽教授	美國南伊利諾大學 新聞學院博士	比較傳播制度、國際形象與國 際傳播、中國大陸傳媒制度、 社會真實與傳媒真實、兩岸三 地傳媒、學術英語溝通	傳播學院
林元輝	名譽教授	美國威斯康辛大學 東亞研究博士	華人文化思想與傳播、新聞 史、報導文學、臺灣史	傳播學院
鍾蔚文	名譽教授	美國史丹佛大學 傳播博士	傳播、認知科學、研究方法	傳播學院

貳、專任教師

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
徐美苓	特聘教授	美國密西根大學 安娜堡分校 傳播博士	政治傳播、健康傳播、傳播與 認知、民意	新聞學系
林穎青	特聘教授	國立中央大學 企業管理博士	行銷管理、消費者行為、廣告 學、研究方法、實驗設計	廣告學系
方孝謙	教授	美國芝加哥大學 社會學博士	國族與認同、信任與合作、鄉 鎮企業、空間與都市	新聞學系
王淑美	教授	英國蘭卡斯特大學 社會學博士	新聞實務、消費文化研究、傳 播科技與社會	新聞學系

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
江靜之	教授	國立政治大學 新聞博士	論述分析、機構談話研究、傳播理論、研究方法	新聞學系
吳筱玫	教授	美國哥倫比亞大學 傳播博士	新媒體、數位人文、網路傳播、傳播與哲學	新聞學系
孫式文	教授	美國威斯康辛大學 麥迪遜分校 大眾傳播博士	傳播理論、隱喻、創新研究	新聞學系
陳百齡	教授	美國印第安那大學 教育工學博士	認知在傳播上的應用、視覺傳播、電腦輔助採訪報導	新聞學系
馮建三	教授	英國李斯特大學 大眾傳播博士	傳播政治經濟學、中國傳媒研究、傳播問題分析	新聞學系
劉昌德	教授	美國天普大學 大眾傳播博士	政治經濟學、傳播政策、文化（運動）全球化	新聞學系
劉慧雯	教授	國立政治大學 新聞博士	閱聽人研究、媒體素養、社群媒體	新聞學系
方念萱	副教授	美國紐約州立大學 水牛城分校 傳播博士	性別與傳播科技研究、言說分析、網路文化	新聞學系
林怡潔	副教授	美國哈佛大學 社會人類學博士	大眾傳播、人類學、區域研究	新聞學系
柯裕棻	副教授	美國威斯康辛大學 麥迪遜分校 大眾傳播博士	媒介批評、文化研究、後殖民論述、臺灣電視研究	新聞學系
康庭瑜	副教授	英國牛津大學 地理學博士	媒體與全球化、資訊社會學、性別與媒體、網際網路政策	新聞學系
鄭宇君	副教授	國立政治大學 新聞博士	資料新聞學、社交媒體研究、數位人文、科學與風險傳播、科學與科技研究（STS）	新聞學系
韓義興	助理教授	美國弗州州立大學 傳播學院博士	大眾傳播理論、傳播統計、傳播法規、媒介娛樂、數位傳播趨勢與政策	新聞學系

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
李怡志	助理教授級 專業技術人員	國立清華大學 科技管理學院 高階經營管理所碩士	新聞視覺化設計、數位新聞敘事、跨媒體新聞設計與數位匯流、新聞社群經營與內容策略、新聞互動策略與閱聽眾經驗、非營利媒體治理與經營、網路新聞媒體經營、數位產品規劃與經營、媒體發展策略、媒體影響力經營與評估、商業策略、數據分析、個案分析、商業簡報	新聞學系
吳岳剛	教授	美國德州大學 奧斯汀分校 廣告碩士	廣告設計、電腦繪圖	廣告學系
林日璇	教授	美國密西根州立大學 媒體與資訊研究博士	媒體心理學、娛樂媒體電子遊戲、媒介效果與媒體互動性、社交網站、健康傳播	廣告學系
林淑芳	教授	俄亥俄州立大學 傳播學系博士	認知心理媒介效果研究、娛樂媒介研究	廣告學系
孫秀蕙	教授	美國威斯康辛大學 麥迪遜分校 新聞博士	公共關係、符號學、廣告文化	廣告學系
張郁敏	教授	美國密蘇里大學 新聞博士	整合傳播、跨媒介傳播、綜效、傳播資訊處理、行動廣告	廣告學系
陳文玲	教授	美國德州大學 奧斯汀分校 廣告博士	創意思考、創意寫作、夢與創造力、廣告企劃	廣告學系
陳憶寧	教授	美國德州大學 奧斯汀分校 新聞博士	政治傳播、公共關係、科學傳播、健康傳播	廣告學系
林芝璇	副教授	美國德州大學 奧斯汀分校 廣告學博士	廣告效果研究、品牌研究、消費者洞察、資料分析、社群媒體	廣告學系

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
鄭怡卉	副教授	美國密蘇里大學 新聞博士	公共關係、廣告學、健康傳播	廣告學系
鄭霈絨	副教授	國立雲林科技大學 設計學研究所博士	平面設計、影音企劃剪輯、品 牌設計、互動設計、設計創意 與認知研究、行為觀察研究與 應用、互動行為研究	廣告學系
劉俐華	助理教授	國立臺灣師範大學 美術系藝術學博士	視覺傳達、數位敘事、圖像創 作、數位出版	廣告學系
林翠絹	教授	美國夏威夷大學 Manoa 分校 傳播資訊科技博士	新媒體匯流、新興媒體產業與 使用者、行動傳播與媒體、數 位新聞	廣電學系
許志堅	教授	國立交通大學 資訊科學博士	大數據分析、資料探勘、動漫 遊戲市場與次文化	廣電學系
許瓊文	教授	美國紐約州立大學 水牛城分校 傳播博士	網路傳播、電視新聞、災難與 傳播、新聞與創傷	廣電學系
郭力昕	教授	英國倫敦大學 金匠學院 媒體傳播博士	攝影理論、紀實攝影、紀錄片 研究、視覺文化批評	廣電學系
陳儒修	教授	美國南加州大學 電影電視學院 電影理論博士	電影研究、文化研究、流行文 化、傳播新科技	廣電學系
黃葳威	教授	美國德州大學 奧斯汀分校 廣播電視博士	數位傳播與社區行動、閱聽市 場分析、非營利組織傳播	廣電學系
王亞維	副教授級 專業技術人員	美國波士頓大學 電影製作碩士	紀錄片、電影、戲劇	廣電學系
曾國峰	副教授	美國密西根州立大學 電訊傳播博士	媒介經濟學、行動網路經濟、 新傳播科技與政策	廣電學系
盧非易	副教授	美國南加州大學 電影電視學院 藝術碩士	影視劇本寫作、視聽傳播、電 影原理、紀錄片製作	廣電學系

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
鍾適芳	副教授級 專業技術人員	英國肯特大學 精神分析碩士	臺灣原住民音樂、世界音樂類 型、文化與社會、流行音樂	廣電學系
吳俊輝	助理教授級 專業技術人員	美國紐約巴德學院 米爾頓·艾佛利藝術 研究所 藝術創作碩士	數位影音製作、劇情片製作、 影視企劃寫作、劇本寫作、實 驗片製作、非敘事影片、跨領 域創作、錄影藝術與新媒材研 究	廣電學系
林玲遠	助理教授	英國羅浮堡大學 藝術學院 動畫學術研究博士	動畫理論、動態影像製作	廣電學系
黃俊銘	助理教授	英國愛丁堡大學 政治社會學院 社會博士	文化社會學、消費與國族主 義、大眾音樂與藝術音樂、傳 播／新聞實務	廣電學系
盧建誌	助理教授	美國加州柏克萊大學 法學博士	娛樂法、智慧財產權法、科技 創新、數位媒體與文化政策	廣電學系
謝杰廷	助理教授	柏林自由大學 戲劇學院舞蹈學博士	媒介轉譯、媒介與身體感、跨 媒介研究	廣電學系
施琮仁	副教授	美國威斯康辛大學 麥迪遜分校 新聞與大眾傳播博士	科學傳播、媒體內容、媒介效 果	國傳碩
陶亞倫	教授	臺南藝術學院 造型藝術研究所碩士	空間裝置藝術、動力藝術、光 藝術、互動藝術、數位影像、 虛擬實境藝術	數位碩
陳宜秀	副教授	美國哥倫比亞大學 心理學博士	溝通心理學、設計思考、使用 者研究	數位碩
陳聖智	副教授	國立交通大學 電腦輔助建築設計 工學博士	新媒體互動科技、數位內容設 計、數位學習與行動傳播	數位碩
黃瀚萱	助理教授	國立臺灣大學 資訊工程博士	自然語言處理、知識庫組織與 應用、醫學文件處理	資科系／傳播 學院合聘

參、兼任教師

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
李瓊莉	兼任教授	國際組織、亞太區域發展	政治大學國關中心亞太研究所研究員
杜篤之	兼任教授級專業技術人員	聲音製作、錄音、音效	聲色盒子有限公司負責人
孫曼蘋	兼任教授	社區／社群傳播、公民新聞學理論及實踐、深度調查報導	政治大學傳播學院兼任教授
祝鳳岡	兼任教授	媒體管理、行銷策略、整合行銷傳播、企業診斷	政治大學傳播學院兼任教授
翁秀琪	兼任教授	傳播理論、民意研究、公共電視研究、新素養研究	政治大學傳播學院兼任教授
陳清河	兼任教授	廣播電視與電影產製、電訊傳播、傳播政策研究	世新大學學術副校長
彭芸	兼任教授	政治傳播、國際傳播、企業組織溝通	政治大學傳播學院兼任教授
游本寬	兼任教授	攝影美學與創作、視覺傳播	政治大學傳播學院兼任教授
黃新生	兼任教授	電視媒介管理、傳播科技、電視經營	政治大學傳播學院兼任教授
劉嘉薇	兼任教授	政黨與選舉、政治傳播、政治行為、政治社會化、民意調查、社會科學研究方法、社會科學統計	國立臺北大學公共行政暨政策學系教授
鄭自隆	兼任教授	競選廣告、政府公關、政治傳播、廣告史	政治大學傳播學院兼任教授
蕭宏祺	兼任教授	閱聽人研究、流行文化與性別、消費者與認同政治、媒體全球化研究	世新大學傳播管理學系教授
賴建都	兼任教授	廣告行銷、網路廣告行銷、品牌設計、廣告創意設計	政治大學傳播學院兼任教授

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
蘇蘅	兼任教授	傳播產業研究、傳播理論、研究方法、閱聽人分析	政治大學傳播學院兼任教授
朱灼文	兼任副教授	大陸傳播生態與制度	中國文化大學大眾傳播學系副教授
呂志翔	兼任副教授級約聘教學人員	國內及國際新聞採訪及寫作實務	中央社前副社長
李明哲	兼任副教授	媒介史、數位新聞、數位媒體文本寫作、經營與管理、網路廣告	世新大學新聞學系副教授
李建成	兼任副教授	電視製作與理論、紀錄片製作、影像語言與視覺研究、電影創作與理論	逢甲大學通識教育中心副教授
李惠仁	兼任副教授級專業技術人員	新聞攝影	李惠仁電影工作室
俞國定	兼任副教授級約聘教學人員	媒介經營與創新	臺灣電子書協會榮譽理事長/ 大師輕鬆讀創始員工
張崇仁	兼任副教授	電子媒介政策、電子媒介管理、組織傳播	政治大學廣播電視系兼任副教授
黃文博	兼任副教授級約聘教學人員	廣告創意與策略	就是這樣有限公司創意總監
黃順星	兼任副教授	新聞史、媒介理論、傳播社會學	世新大學舍我紀念館副研究員
雷震卿	兼任副教授級專業技術人員	影視剪接	臺北藝術大學兼任助理教授級專業技術人員
劉蕙苓	兼任副教授	電視新聞製作、新聞採訪實務、社區營造與傳播	臺北藝術大學藝術行政與管理研究所副教授
關尚仁	兼任副教授	媒介經營、廣電節目策略與製播、媒介政策與法規	世新大學廣播電視電影學系副教授
何昕明	兼任助理教授級專業技術人員	廣播電視電影製作、編劇	好故事工作坊有限公司負責人／編劇統籌
何國華	兼任助理教授級約聘教學人員	媒介生態	公共電視資深研究員

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
李政亮	兼任助理教授級 約聘教學人員	電影研究、文化研究	政治大學傳播學院兼任助理教授
李懿芳	兼任助理教授級 約聘教學人員	編劇學	編劇
汪文豪	兼任助理教授級 專業技術人員	紀實採寫、新聞媒體實驗	政治大學第三部門研究中心地方創生計畫專任助理
沈昭良	兼任助理教授級 約聘教學人員	靜態影像創作、類型攝影研究、 影像與文創產業	攝影創作者、獨立策展人
邱亭雅	兼任助理教授	流行歌曲風格賞析與數位創意應用	香納芬蘭室內樂集藝術總監
姚經玉	兼任助理教授級 約聘教學人員	電影發行推廣，版權交易賣賣， 影展行銷布局策略	海鵬影業有限公司行銷總監
范凌嘉	兼任助理教授	進階紀實採寫	聯合報總編輯
張正芬	兼任助理教授級 約聘教學人員	電視行銷實務、數位匯流行銷研究、 文化創意產業	三立電視行銷公關部暨華流出版部資深副總兼發言人
張怡琪	兼任助理教授級 約聘教學人員	創意發想、產出與表達	聯樂數位行銷董事總經理、聯廣／廣眾廣告執行創意總監
張耘之	兼任助理教授級 約聘教學人員	聲音藝術與錄音工程、配樂設計、 音效設計與成音	美商遊戲公司資深影音專員
張博智	兼任助理教授級 約聘教學人員	平面設計、新媒體藝術創作、網頁設計、 劇場影像設計、MV 導演	專案設計
張瀚云	兼任助理教授級 約聘教學人員	中西藝術史、中英文編譯、文化比較、 文化行政管理、文藝學術交流與活動策劃、 博物館教育與行銷、展覽規劃與研究、 圖書館資源利用	國家圖書館知識服務組編輯
曹良賓	兼任助理教授級 專業技術人員	當代攝影、影像創作、圖片編輯	島嶼影像合創社總監
許文宜	兼任助理教授	廣播新聞採寫編播、電視節目企畫製作、 新媒體研究	海洋大學助理教授

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
湯昇榮	兼任助理教授級 約聘教學人員	影視節目實務製作分析	瀚草影視文化股份有限公司總經理
楊欣芳	兼任助理教授	表演學、當代西方劇場	政治大學廣播電視學系兼任助理教授
葉嘉旻	兼任助理教授	非主流群體的媒體再現	政治大學傳播學院兼任助理教授
詹寧思 Ralph Jennings	兼任助理教授級 約聘教學人員	傳播媒體	美國之音特派員
詹慶齡	兼任助理教授級 專業技術人員	影音新聞	冠德玉山教育基金會董事
廖雲章	兼任助理教授級 專業技術人員	媒介管理與溝通	天下未來事業部獨立評論頻道總監
劉義鈞	兼任助理教授	研究方法、公共政策理論、談判學、政黨與選舉	佛光大學公共事務學系助理教授
鄭文堂	兼任助理教授級 約聘教學人員	影視編導、導演方法、編劇與劇本寫作	醉夢俠電影股份有限公司導演
薛聖茶	兼任助理教授級 約聘教學人員	電視節目製作、整合行銷	友松娛樂／三鳳製作公司負責人
嚴曉翠	兼任助理教授級 專業技術人員	企業形象管理、危機管理、媒體關係管理、行銷公關	利眾公關顧問股份有限公司創辦人
尤元靖	兼任講師	企業形象、危機管理、產品行銷公關	利眾公關顧問股份有限公司 CEO
余聿	兼任講師	定格動畫，表演與製偶	故宮南院印度神話專案偶動畫導演／動畫師
吳惠萍	兼任講師級 約聘教學人員	公關實務、廣告企劃與策略發展	璽元行銷顧問有限公司負責人
李法賢	兼任講師級 約聘教學人員	資訊科學	報導者文化基金會主任
汪建均	兼任講師級 約聘教學人員	設計思維	深擊設計有限公司創辦人暨策略總監

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
辛翠芸	兼任講師	媒介經營管理	好旅文創有限公司負責人
林承毅	兼任講師級 約聘教學人員	設計思考，服務設計，消費者行為，品牌行銷策略	林事務所 (HAYASHI Office) 代表 & 服務設計師
林晏仔	兼任講師級 約聘教學人員	廣告創意	前臺灣麥肯集團創意總監
林耿農	兼任講師級 約聘教學人員	電影配樂概論、音樂概論	林耿農音樂工作室
芮家楹	兼任講師	品牌行銷、行銷公關、企業公關、行銷傳播策略與創意	臺灣西門子公司企業傳播協理
侯志欽	兼任講師	廣播電視節目製作、音響學、教育科技、數位學習	政治大學廣播電視學系兼任講師
唐德蓉	兼任講師級 約聘教學人員	電視新聞	天氧科技股份有限公司市場部副總經理
馬立羣	兼任講師	靜態影像設計	像群影像文化公司負責人
張永達	兼任講師級 約聘教學人員	媒體藝術、互動影音裝置	臺北藝術大學兼任講師
張立	兼任講師	新聞編輯	聯合報內容部經理暨總編輯
張志浩	兼任講師級 約聘教學人員	行銷、數位行銷、CRM、eCRM	臺灣麥肯集團執行長
曾文珍	兼任講師	紀錄片製作	曜演影視製作有限公司負責人／導演
黃瀛洲	兼任講師	動漫遊戲文創專案開發	乾坤一擊創意股份有限公司執行長
楊力州	兼任講師	紀錄片製作	後場音像紀錄工作室有限公司負責人
楊盈箴	兼任講師級 約聘教學人員	廣播節目製作、世界音樂文化、演講學	佳音廣播電台企劃部經理／節目製作主持
楊貽茜	兼任講師級 約聘教學人員	基礎創意寫作	編劇

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
謝佩琪	兼任講師級 約聘教學人員	洞察與想像	創異廣告股份有限公司執行創意總監
胡清暉	函聘博士生 兼任講師	採訪寫作、媒體識讀、媒體與公關、新聞學概論	政治大學新聞系博士生
葉侃或	函聘博士生 兼任講師	語言習得、言談分析、語意學、語音學	政治大學語言學研究所博士生
鍾宜杰	函聘博士生 兼任講師	攝影、影視製作、傳播社會學、科技社會學	政治大學社會系博士生
陳瑜	函聘博士生 兼任講師	基礎影音製作	政治大學傳播學院博士班

◎如有異動，以傳播學院各系所網頁公告為準。