

111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
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。	課程一：媒體規劃與策略管理 課程二：傳播產業現況與發展 課程三：全球化傳播 課程四：媒體人力資源管理 課程五：消費與符號分析專題研究 課程六：媒體勞雇關係專題研究 課程七：跨媒體資源整合管理專題 課程八：文化創意產業專題研究 課程九：經營績效分析與管理專題 課程十：創客與產業創新專題研究 課程十一：e化與組織變革專題 課程十二：文化經紀人專題研究	檢核學生是否具備進階傳播產業、進階資源整合能力。	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。
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。	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	檢核學生是否具備進階傳播數位產製與專案管理能力。	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。

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
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	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：大數據管理與策略專題 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	檢核學生是否具備進階媒體研究與媒體行銷管理能力。	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。
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。	課程一：媒體規劃與策略管理 課程二：無形資產經營管理 課程三：媒體人力資源管理 課程四：經營模式創新 課程五：大數據管理與策略專題 課程六：電子商務專題 課程七：顧客關係與顧客經驗管理專題 課程八：文化經紀人專題研究	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。	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。