

品牌視覺與內容行銷，輔修(21學分)

MKT-U-PN-003

配當年：115學年度

學程描述：

本輔修課程適合對內容創作與內容行銷產業有興趣的同學，透過輔修課程中的必修課建立內容產業的基礎知識，諸如美學創意、文化內容等，並透過選修課程，諸如時尚、表演、說故事等技能，為同學培養藝術文化創作等養分與實際經驗。學生在取得輔修資格後，未來若是從事數位內容、文化創意、藝術行政等產業，皆能順利接並具備基礎先備知識，有利順利進入職場並發揮行銷專長。

課程組合：

必選修	課程編碼	科目名稱	學分	課程群/分類
必修	MKT1020	行銷管理	3	1.基礎
必修	MKT3055	風格學、次文化與行銷	3	2.進階
必修	MKT2045	視頻與自媒體行銷	3	3.應用
選修	MKT1030	行銷意象工程	3	1.基礎
選修	MKT2048	視覺傳達與設計原理	3	2.進階
選修	MKT3051	品牌建立與內容行銷	3	2.進階
選修	MKT2010	圖文動態編輯與行銷溝通	3	3.應用
選修	MKT3052	表演溝通與傳達	3	3.應用

取得資格總學分： 21

必修學分數： 9

選修學分數： 12

對應產業類別：

G47	零售業
M73	廣告業及市場研究業
M74	專門設計業
J63	資訊服務業
R93	運動、娛樂及休閒服務業
J60	廣播、電視節目編排及傳播業
J59	影片及電視節目業；聲音錄製及音樂發行業

學程修課規則：

一、修讀對象/先備知識

- (一)本校學士班學生，不開放碩士班以上學生申請。
- (二)須先修得「行銷管理」相關學分，具備基本行銷理論與概念之學生。
- (三)建議對品牌視覺設計、內容行銷及自媒體經營具有高度學習動機與興趣之學生修讀。

二、取得輔修的修業規定

(一)取得輔修之最低學分數：21學分。

1. 學生修習本輔修課程，須至少修滿21學分，其中包含必修課程9學分與選修課程12學分。
2. 所列課程分為基礎、進階與應用三類，每一類別之選修科目，學生最少須各選修1門。

(二)修課說明

學生應參照課程地圖及本表所列之建議修課順序進選課。

(三)學生修習課程之學分採計。

1. 學生修習本輔修學程之課程，須依學程規定修畢指定之必修與選修科目，始得採計為輔修學分。
2. 如因課程調整或其他因素致原核定科目停開，由本學程負責系所統一規劃並公告替代科目，學生應依公告之替代課程修習，其修得學分得予以採計為本輔修學程學分。
- (四)依逢甲大學學士班跨領域專長實施要點第7點，凡符合跨領域專長之修業規定者，其學位證書依主修領域授予學位，並加註輔修之專長領域名稱。

三、課程地圖

以「行銷思維 × 視覺美學 × 內容創作 × 數位實戰」為核心驅動，並由上至下分為三個學習階段 (Level 01 至 Level 03)

課程學習成長路徑行銷思維策略分析 → 品牌策略定位規劃 → 視覺設計美學整合 → 內容製作影音故事 → 數位實踐流量變現 → 影響力變現創造價值。

核心學習階段 (Level 01 - Level 03)

LEVEL 01：基礎課程 (Foundation)

核心目標：建立行銷與視覺基礎。

學習目標：具備基本行銷理論，並能將抽象意象轉化為概觀視覺。

課程內容：

- 【必修】1 行銷管理 (3學分)：著重於市場分析 (SWOT/STP) 與行銷組合規劃 (4P) 的核心策略力。
- 【選修】2 行銷意象工程 (3學分)：著重於視覺符號學應用、品牌意象加工與消費者意象管理，轉化為概觀視覺。

LEVEL 02：進階課程 (Advanced)

核心目標：深化品牌企劃與設計思考。

學習目標：發展分眾洞察與設計整合力，能針對特定社群進行品牌策略提案。

課程內容：

- 【必修】3 風格學、次文化與行銷 (3學分)：掌握潮流趨勢分析、次文化社群經營與風格美學定義。
- 【選修】4 品牌建立與內容行銷 (2學分)：學習品牌識別系統 (CIS)、內容行銷策略與故事行銷。

品牌視覺與內容行銷，輔修(21學分)

MKT-U-PN-003

配當年：115學年度

【選修】4 品牌建立與內容行銷 (3學分)：掌握品牌識別系統 (CIS)、內容行銷策略與故事行銷。

【選修】5 視覺傳達與設計原理 (3學分)：掌握版面、色彩、字體等設計整合力與資訊視覺化應用。

LEVEL 03：應用課程 (Applied)

核心目標：實戰影音變現與美感表達。

學習目標：將行銷專長轉化為具體的數位內容與溝通影響力，達成無縫接軌職場現場。

課程內容：

【必修】6 視頻與自媒體行銷 (3學分)：實戰短影音拍攝剪輯、頻道營運與流量導購、影音變現力。

【選修】7 表演溝通與傳達 (3學分)：提升口語表達、肢體語言與直播/簡報的魅力表達力。

【選修】8 圖文動態編輯與行銷溝通 (3學分)：整合實作力包含平面影像處理與版面編排、圖文動態編輯應用、多媒體行銷溝通設計。

四、專長/能力：

1. 行銷管理

基礎策略力：市場分析 (SWOT/STP)、行銷組合規劃 (4P)

2. 行銷意象工程

視覺轉化力：視覺符號學應用、品牌意象塑造、消費者感知管理

3. 品牌建立與內容行銷

核心企劃力：品牌識別系統 (CIS) 建構、內容行銷策略、故事行銷

4. 風格學、次文化與行銷

分眾洞察力：潮流趨勢分析、次文化社群經營、風格美學定義

5. 視覺傳達與設計原理

設計整合力：視覺傳達基本原理 (版面、色彩、字體、構圖)、設計思考流程、資訊可視化與跨媒介視覺應用

6. 圖文動態編輯與行銷溝通

整合實作力：平面影像處理與版面編排、圖文動態編輯應用、多媒體行銷溝通設計

7. 表演溝通與傳達

提案表達力：口語表達技巧、肢體語言運用、直播/簡報魅力

8. 視頻與自媒體行銷

影音變現力：短影音拍攝剪輯、自媒體頻道營運、流量導購

五、對接產業類別：

1. 行銷企劃、企業行銷部、電商

2. 品牌設計、視覺行銷、創意內容

3. 內容製作、品牌行銷、社群公司

4. 時尚媒體、潮流品牌、社群營運

5. 文創、內容公司、自媒體

6. 活動企劃、媒體、公關

7. 影音製作、自媒體、直播電商

8. 時尚品牌、公關活動、選品店

六、職業名稱：

1. 行銷企劃、產品企劃、品牌經理

2. 視覺企劃、行銷美編、品牌設計

3. 內容企劃、社群企劃、品牌企劃

4. 社群經理、趨勢研究

5. 內容編導、故事企劃、腳本寫作

6. 簡報企劃、活動企劃、主持/直播

7. 影音企劃、剪輯、頻道編輯

8. 品牌形象、時尚編輯、活動企劃

七、可取得證照：

1. Google Ads、GA4 (Google Analytics 4)、Meta Ads基礎

2. SEO入門證照

3. Adobe Creative相關證照（如 Photoshop / Illustrator / Premiere 等）

4. 會議展覽專業人員認證(MICE)

八、企業雇主對人才的需求

隨著數位媒體與內容產業發展，企業對於具備行銷基礎、內容創作與品牌溝通能力之入門人才需求日益增加。特別是在數位行銷、內容行銷、文化創意與品牌相關產業中，雇主期待畢業生能理解行銷與品牌概念，並具備基本的內容企劃、視覺與影音溝通能力。

本輔修回應當前勞動力市場對跨域實務人才之需求，透過行銷管理、品牌建立、內容行銷、影音與自媒體等課程設計，培養學生可投入相關產業之基礎專業能力。完成輔修之學生，未來可於品牌行銷、數位內容、文化創意及媒體相關機構，擔任企劃、內容執行或行銷支援等職務，具備順利銜接職場之先備能力。

本輔修亦補足現有學系課程中，對品牌、內容與行銷整合應用之不足，回應產業對實務導向與跨領域能力培養之期待，具備明確之就業與教學發展需求。

管理單位：商學院 / 行銷學系