

天皇學院一貫道學系 108 學年度入學

109 學年度第 2 學期 故事行銷與創意文案 課程大綱

課程基本資訊			
科目名稱 (中文) Subject	故事行銷與創意文案	學分數 Credits	2
科目名稱 (英文) Subject	Story marketing and creative copywriting	上課時數 Lecture Hours	2
科目代碼 Course Code		授課部別 Teaching Division	一貫道學系學士班
修課別 Required or Elective	選修	科目類別 Subject Category	文化創意就業學程
授課班級 Class	學士班二年級	授課班級代碼 Class Code	
授課教師 Instructor	莊宗霖	教師 E-mail Instructor's E-mail	johnny19726242@gmail.com
Office Hours		教師網站 Instructor's Website	

課程發展 Curriculum Development (經審查或課程委員會通過，由系辦統一輸入)		
課程概述	因品牌與商品差異化的需求日益倍增，消費者注意力與記憶度短暫，以及社群做為當今最重要的自媒體工具，這都可以藉由故事行銷做為內容，提高目標族群的注意力與記憶度，快速感受差異。本課程我們將介紹故事行銷原理，習得簡單的故事創作與寫作，並藉由分組練習，帶領大家有效以故事傳遞訊息，獲得行銷成果。	
課程學習目標與核心能力之對應關係	課程學習目標	
	1	以個案教學及業師協同教學，說明故事行銷的實務應用與實際操作模式。
	2	文案行銷撰寫與模擬：提升學生文案與口語創意理解，促發行銷上的創思發想。
	3	建構學生現場實作的機會與訓練，強化故事行銷與創意文案的發展內涵。
		對應核心能力
		專業知識
		實務技能
		學習與創新

課程與校核心能力權重值關連

校核心能力	1	2	3	4	5	權重總和
	專業知識	實務技能	宗教願行	多元文化素養	學習與創新	
百分比%	30	40			30	100

課程進度表 Course Schedule		
週次 Week	教學內容 Teaching contents	備註
1	1. 宣導智慧財產、兩性平權教育。 2. 課程介紹與教學規劃	
2	行銷背後的故事：故事行銷原理	認識行銷故事的 4P 與露三點原則 1. 獨賣點 2. 利益點 3. 創意點
3	故事行銷文案撰寫 4 大基本元素	(一)了解故事行銷個案四大基本元素 (二)掌握品牌故事的三亮點
4	故事行銷五魅力-農業創新故事	將青農創業故事案例分類為： 1. 人的故事 2. 土地的故事 3. 歷史的故事 4. 產品的故事四大類，讓學生透過實際訪談，找到青農故事行銷重點
5	故事行銷文案撰寫九宮格	分組完成故事案例之故事創意九宮格活動
6	創意青農故事分享	傳統農業 VS 創作者故事訪談
7	移地教學—果然紅農作體驗活動	青農作物行銷故事採訪
8	故事行銷撰寫實務~寫出吸睛標題	標題發想翻玩~ 1. 編撰分類經典 slogan 2. 為故事設計發想精簡有力的 slogan 3. 創意翻玩經典 slogan
9	期中成果發表	完成期中作業： 1. 自覓收集創業故事 2. 分組報告行銷故事
10	故事行銷十大開場妙招(一)	故事行銷開場撰寫技巧示範(一) 1. 時間開場 2. 起因開場 3. 引句開場 4. 問句開場 5. 定義開場
11	宗教科儀的演變--以道教為例	道教祭祀古今變化、網紅
12	旅遊景點介紹—機車、開車	網紅創業行銷實作 1. 創業過程 2. 文化傳承 3. 品牌故事
13	故事行銷十大開場妙招(二)	故事行銷開場撰寫技巧示範(二) 6. 對話句開場 7. 回憶開場 8. 5W1H 開場 9. 時代背景開場 10. 過去現在對照開場
14	學校、新成屋空間創意的故事	屋舍空間改造故事-高師大專案計畫協同教學
15	故事行銷創作策略、撰寫重點與實作	不同類型行銷故事有不同故事曲線圖，稱之為「NIV 法則」

		1. 人的故事 2. 文化傳承 3. 情感的連結
16	故事行銷演練指導：各組討論寫作策略與文案內容。	故事行銷~社群平台經營，利用 FB，IG，做圖文故事行銷平台的技巧
17	分組行銷故事圖文整合	本學期撰寫行銷故事圖文整合
18	期末成果展	故事行銷作品發表，公開發表故事行銷內文。

教材 Course Material <作者 Author (年代 Year)。書名 Title。出版地：出版者 Publisher。>

1.使用教材 Teaching Material

<李洛克 (2019)。故事行銷：寫文案，先學故事。一心文化。>

2.參考書目 Reference Book

<張宏裕 (2019)。行銷，說出故事力。雅書堂出版。>

<邱順應(2008)。廣告文案：創思原則與寫作實踐。智勝出版。>

3.指定閱讀 Assigned Book

4.教學方式 Teaching Methods

☒ 課堂講授 Lectures
 ☒ 課堂討論 Class Discussions
 ☒ 實作演練 Practices
☐ 專題演講 Seminar
 ☒ 實地參訪 Field Trips
 ☒ 成果發表 Presentation

其他：

教學與評量方式 Teaching and Assessment

課程學習目標	教學方式	評量方式
1. 以個案教學及業師協同教學，說明故事行銷的實務應用與實際操作模式。	理解說明	課堂討論與表現、出席狀況
2. 文案行銷撰寫與模擬：提升學生文案與口語創意理解，促發行銷上的創思發想。	實做練習	作業成績、口頭報告、書面報告
3. 建構學生現場實作的機會與訓練，強化故事行銷與創意文案的發展內涵。	成果發表	分組展示、同儕互評、老師評分

成績評量及 方式 Grading	下列評量方式僅供參考，請老師依實際需求於後續各評量欄位中，勾選對應之號碼，或於「其他」項目中，自行增列評量方式。 1. 出席狀況 Attendance 2. 課堂討論與表現 Class Discussions：就學生課堂參與討論及行為表現考查。 3. 紙筆測驗 Tests：就學生經由教師依教學目標及教材內容所進行之測驗考查。 4. 作業成績 Assignments：就學生各種習作考查。 5. 口頭報告（含個人或小組）Oral Reports：就學生蒐集資料、閱讀、觀察、訪問、調查等所得結果之口頭報告考查。 6. 書面報告（含個人或小組）Reports：就學生蒐集資料、閱讀、觀察、訪問、調查等所得結果之書面報告考查。 7. 口試 Oral Tests：就學生之口頭問答結果考查。 8. 實作（含分組演練/合作等）Collaborations：就學生之實際操作及解決問題等行為表現考查。 9. 實習 Practical Trainings：就學生之實習表現考查，包含實習心得發表、機構督導評分、學校督導評分等。 10. 展演 Exhibitions：就學生之表演活動考查。 11. 自我評量 Self-assessment：學生就自身學習情形，成果及行為表現，作自我評量。 12. 同儕互評 Peer-assessment：學生之間就行為或作品相互評量。 13. 其他 Other	
	平時評量： 40% Usual Tests	1■ 2■ 3■ 4■ 5■ 6□ 7□ 8■ 9■ 10■ 11■ 12■ 13□ 其他：
	期中評量： 25% Mid-term Exam	1□ 2□ 3□ 4■ 5■ 6■ 7□ 8□ 9□ 10■ 11■ 12■ 13□ 其他：
	期末評量： 35%	1□ 2□ 3□ 4■ 5■ 6■ 7□ 8□ 9□ 10■ 11■ 12■ 13□

Final Exam	
------------	--

補救機制與相關課程資訊	
補救教學機制 Redeeming	對於學習狀況低落之學生，教師應透過本校「學生學業成績預警輔導機制」予以加強學習輔導。 補救教學機制：（可複選） ☐ Office Hours ☒ 期中考成績不及格輔導 ☐ 開設補救教學輔導班 ☐ 申請課輔小老師給予輔導 ☒ 其他補救教學機制：由學生和老師共同討論
課程相關證照、學程與 升學 Course-Related Certificates	☐ 相關證照： ☐ 相關國家考試： ☐ 學程課程/就業學程課程： 學程 ☐ 升學相關課程： ☒ 無