



傳播學院碩士在職專班  
課程手冊

MA Program in Communication  
Curriculum Guide

傳播學院碩士在職專班課程簡介 .....	1
壹、院系簡介.....	1
一、傳播學院.....	1
二、碩士在職專班.....	2
三、未來發展方向.....	2
貳、課程地圖.....	3
參、畢業門檻檢定及修業規定.....	4
肆、課程規劃.....	5
伍、課程總覽.....	7
陸、課程檢核表及修業規劃表.....	17
一、課程檢核表.....	17
二、修業規劃表.....	18
柒、傳院師資介紹.....	22
一、玉山學者及名譽教授.....	22
二、專任教師.....	22
三、兼任教師.....	27



# 傳播學院碩士在職專班課程簡介

## 壹、院系簡介

### 一、傳播學院

國立政治大學傳播學院(以下簡稱本院)成立於1989年,設有大學部(大一大二不分系、新聞學系、廣告學系、廣播電視學系)、研究部(傳播碩士學位學程、博士班)、國際傳播英語碩士學位學程、數位內容碩士學位學程,以及碩士在職專班。

本院師資陣容堅強,現有專任教師46位,多畢業於歐美各著名大學。並配合本校「延攬傑出研究人才」、科技部「補助延攬客座科技人才」、教育部補助「中國大陸整合計畫延聘中國研究大師」等各項政策及經費補助,積極邀約國際知名學者來院擔任客座。

教師研究傑出,自科技部設有傑出研究獎以來,共頒6屆傳播學門傑出研究獎,6位得主均為本院教師。本院共出版3份專業學術期刊,其中《新聞學研究》為TSSCI期刊,榮獲科技部「學術研究優良期刊」,並獲2016年國家圖書館「最具影響力人社期刊獎」傳播類第一名殊榮。

本院為國內歷史最悠久之新聞傳播教育學府,也是遠東地區最知名的傳播教育重鎮。創先實施學程制,課程紮實創新。設置資訊與媒體整合實驗中心,下設政大之聲實習廣播電台、影音實驗室、劇場、研究導向實驗室、新聞實驗室、數位平台(含:基礎數位實驗室、網路媒體及寫作實驗室、數位圖像與出版實驗室)等教學實驗單位,統籌規畫管理各項設備資源,並配合本院教學需求,開設教學工作坊。整合實驗中心實施學生助理制,結合實驗課程,強調「從做中學」,貫徹「理論與實務並重」。

本院設有傳播研究暨發展中心,統籌研究相關事宜,以及本院交換學生事務。

本院與(新加坡)南洋理工大學傳播與信息學院、(泰國)朱拉隆功大學傳播藝術學院、(泰國)朱拉隆功大學藝術學院、(日本)東京大學情報學環、(韓國)東國大學影像與文化研究院、(韓國)全南大學社會科學院、(香港)浸會大學傳理學院、(香港)中文大學新聞與傳播學院、(香港)城市大學人文社會科學院媒體與傳播系、(中國)中國人民大學新聞學院、(中國)中國傳媒大學廣告學院、(中國)復旦大學新聞學院、(中國)中山大學傳播與設計學院、(中國)清華大學新聞與傳播學院、(中國)暨南大學新聞與傳播學院、(中國)武漢大學新聞與傳播學院、(中國)廈門大學新聞傳播學院、(中國)南京大學新聞傳播學院、(中國)浙江大學傳媒與國際文化學院、(中國)交通大學媒體與設計學院、(中國)北京大學新聞與傳播學院等,均有學術合作關係。

## 二、碩士在職專班

國立政治大學傳播學院碩士在職專班，創立於 2001 年 9 月，原名為「政治大學新聞學系碩士在職專班」。為順應全球化與新舊媒體交替的匯流時代，並扣連社會與媒體快速變遷的脈動，於 2004 年 9 月更名為「政治大學傳播學院碩士在職專班」。期望透過傳播領域的整合，建立新聞、廣告、公關、廣電以及數位影音等跨領域的對話平台，並經由媒介訊息、傳播管理、廣告行銷與傳播科技之全方位學習，培養學生獨立思考以及解決問題的能力，進而以所學及所思提昇實務水準。

本班主要培養學生以下四項核心能力：(1) 知識統整能力：能夠吸收和理解社會現狀，抽繹、區辨、歸納訊息，並加以系統化和概念化。(2) 反思創新能力：能夠洞察社會情境、掌握傳播生態變動趨勢，進而因應限制、組合與創造資源，將研究構想予以實踐。(3) 資訊處理能力：能夠為專業領域進行資訊企劃、蒐集、評估，並掌握媒介特質，創造和傳佈訊息的綜效。(4) 社群溝通能力：能夠在組織／團體中獲得認同、凝聚社群資源、並促使社群或組織成員協同合作與創新。

本班課程與師資，均由本院師資支援，提供前瞻有效的傳播策略和基礎知識，透過理論與實務的精彩對話，激發更多的火花與創新。

## 三、未來發展方向

本班成立近二十年，除了為傳播產業界作育英才，也為眾多非傳播專業者建構傳播知識及素養，迄今培養之人才已經具備相當規模，未來仍將秉持創班初衷，在本院學術基礎之上，進行傳播理論知識的轉化和應用，提昇各領域專業人員深造全方向傳播的知識需求。

## 貳、課程地圖

### 必修課程 18學分

- 資訊企畫與整合專題 (碩一上/3學分)
- 媒介組織管理專題 (碩一上/3學分)
- 媒介生態專題 (碩一下/3學分)
- 訊息設計與呈現專題 (碩二上/3學分)
- 閱聽人專題 (碩二下/3學分)
- 獨立研究 (碩二/3學分)

### 進階選修課程 (自由選修) 18學分

- 文創行銷與管理
- 傳播與文化專題
- 社群媒體專題
- 媒體消費與物質文化
- 媒介賽局專題
- 公共傳播與危機管理專題
- 日常生活經驗與實踐
- 娛樂媒介與媒介心理
- 社會趨勢
- 新媒介商業模式
- 廣告策略與管理
- 傳播科技與社會
- 研究創意坊
- 國外見習

### 論文或創作作品提案口試

指導教授應為本院助理教授(含)以上資格之專兼任教師或助理教授級以上專任教師指導。

### 論文或創作作品畢業口試

「論文/創作作品提案口試」與「畢業口試」至少需間隔三個月以上。

### 參、畢業門檻檢定及修業規定

畢業學分	36 學分
必修科目	18 學分
選修科目	18 學分
修課特殊規定	<p>「獨立研究」：每學期開課，學生需徵得相關教師同意指導論文後，始可選修。</p> <p>「國外見習」：不定期開課。學生需提交「國外見習計畫」或「國外見習整合企劃書」，經審核通過後，始可選修，</p>
資格檢定	<p>通過學術研究倫理教育課程測驗</p> <p>論文計畫提案口試</p> <p>學位考試</p>

## 肆、課程規劃

上學期				
科目代號	課程名稱	修別	學分	預估每週課外學習時間
941001001	資訊企畫與整合專題	必修	3	4-6
941002001	訊息設計與呈現專題	必修	3	4-6
941005001	媒介組織管理專題	必修	3	4-6
941012001	獨立研究	必修	3	4-6
941913001	文創行銷與管理	選修	3	4-6
941914001	娛樂媒介與媒介心理	選修	3	4-6
941921001	社群媒體專題	選修	3	4-6
941922001	廣告策略與管理	選修	3	4-6
941929001	日常生活經驗與實踐	選修	3	4-6
941936001	公共傳播與危機管理專題	選修	3	4-6
941945001	傳播與文化專題	選修	3	4-6



下學期				
科目代號	課程名稱	修別	學分	預估每週課外學習時間
941003001	媒介生態專題	必修	3	4-6
941004001	閱聽人專題	必修	3	4-6
941012001	獨立研究	必修	3	4-6
941915001	媒體消費與物質文化	選修	3	4-6
941916001	傳播科技與社會	選修	3	4-6
941920001	社會趨勢	選修	3	4-6
941927001	新媒介商業模式	選修	3	4-6
941930001	研究創意坊	選修	3	4-6
941933001	媒介賽局專題	選修	3	4-6
941949001	國外見習	選修	3	4-6

註：實際上課時間以教務處公告為準

## 伍、課程總覽

941001001	資訊企畫與整合專題	必修	上學期	3 學分	傳在碩一
課程目標 Course Objectives	<p>「資訊企劃與整合」是傳播學院在職碩士專班入學的第一門課。這門課旨在提供一個學習環境，培養同學們的反思能力，提供同學們知識的新視野，希望未來有助於同學們提升自我精進的可能性。</p> <p>各位在入學之前已經累積足以應付平日工作的豐富情境知識和經驗，也在工作中發現種種不足與疑惑，因此而觸動求知的驅力。我們也理解，所有所有人生種種疑惑和知識落差，不會因為修習某一門課而全然獲得紓解。但是任何求知必須有一個起點，而這門課正是這個起點。在這樣一門課程中，培養同學們的反思能力和改變知識觀，可能遠比技術內容更為重要。</p> <p>因此，本課程並不提供「立即見效」的技術內容，本課程強調的是思考方式和知識觀的改變。當然，我們知道這種改變通常很困難，也因此我們只能期待於本課的是在此時此刻埋下一些知識的種子，然後期待日後各位機緣到來，可以將所學加以連結，適時改變個人視野和觀點，成為提昇工作職能的基礎。</p>				
上課內容 Course Description	<p>本課程內容可分為兩個部分。</p> <p>第一個部分為總論，我們將探討傳播工作和研究的本質，我們試著借用行動研究和紮根理論觀點來學習觀察資料；第二個部分為分論，我們將探討各種資料蒐集的途徑。任課教師將透過閱讀教材、討論個案、課堂和網路平台多方質辯對話等過程，師生反覆切磋，以實現本課程教學理念。</p>				
941002001	訊息設計與呈現專題	必修	上學期	3 學分	傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>處於數位匯流的多媒體時代，資訊急速倍增，傳播者如何在傳播過程中透過視覺設計(Visual Design)與策展(Curation)的手段，有效地為閱聽者解讀與整理資訊，形成可應用的知識。</p> <p>本課程將以使用者為中心 (user-center) 的思維，以資訊經理人的角度，開發研究生對於訊息設計的理解、評鑑與分析的能力，具備引導視聽媒介設計思維與讀者互動的認識，並且有效率地協助閱聽者理解與應用。</p> <p>故本課程的目標為：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 建構訊息設計的概念與內涵。</li> <li>(2) 培養闡述訊息內容、敘事手法與作品結構之能力。</li> <li>(3) 培養訊息之整合與綜合設計、呈現、策展與評估的能力。</li> </ol>				

<p>上課內容</p> <p>Course Description</p>	<p>(1)理解傳播中，訊息如何經過設計成為簡明的資訊，以及塑造認知的過程。</p> <p>(2)透過資訊設計在歷史發展、平面與網路演變等文獻閱讀與案例，進行報告與討論，建構論述與批評能力。</p> <p>(3)學生分組選擇一種國內外網路視聽文本的整合設計，分析其優劣並應證課堂所學。</p>				
<p>941005001</p>	<p>媒介組織管理專題</p>	<p>必修</p>	<p>上學期</p>	<p>3學分</p>	<p>傳在碩一</p>
<p>課程目標</p> <p>Course Objectives</p>	<p>本課程為媒介經營管理之基礎課程，旨在於藉助系統理論之思維，運用策略管理之理論與知能，導引學習者建構媒介經營管理宏觀的視野，使能據此來探析當代媒介經營管理之相關原理、原則與技能，分析挑戰、問題與思謀合宜的解決之道。</p> <p>本課程配合學習者在傳媒職場既有之知能與經驗，本課程前半段則從系統理論之思維出發，邁入策略管理之理論與知能，再由策略面依次探討媒介組織面對外在競爭的大課題，如打造核心能耐、推動組織學習、落實品質管理、運用整合行銷傳播，以利導引學習者建構媒介經營管理宏觀的視野，以及提昇思維高度。後半段採議題導向之教學，藉由專書選讀、教師講授、讀書報告、課堂討論、個案分析等多元教學互動方式，從當前媒介組織的新議題出發，深入探討媒介內部管理務實運作的挑戰與問題，藉以激發學習者將媒介管理觀念與技能，強化其面對問難之思辨思維。</p> <p>故本課程期望得藉此由內而外，由小而大的議題擴散，協助學習者能兼具宏觀與微觀之思維，將觀念、學理、知識與技能得以融會貫通，並能整合己身已有之專業特長，得以成為新一代之媒介經理人才。</p>				
<p>上課內容</p> <p>Course Description</p>	<p>(1)快樂學習與學習效能、(2)從「蝴蝶效應」談起、(3)經理人思維—系統思考(4)策略管理-觀念與理論、(5)策略管理—媒介組織競爭策略與打造核心能耐策略、(6)媒介組織策略、定位與目標管理、(7)媒介組織的生態變化與衝擊、(8)媒介特性與價值鏈管理/組織應變與衝突管理、(9)媒介組織危機與壓力管理、(10)媒介內容產製的管理/組織溝通與資訊判斷、(11)爭取媒介客戶的管理/供應鏈與廣告業務的管理、(12)系統思維論文寫作</p>				

941003001	媒介生態專題	必修	下學期	3學分	傳在碩一
課程目標 Course Objectives	本課程旨在探討傳統媒體、新媒體與網路的生態結構、活動與外在環境之關係，並反思數位媒體發展對文化、政治、經濟和倫理面的影響。也將透過社會生態史觀，挑選新媒介與網路的重要議題，透過現象、學理和個案研究，探討整個媒介轉型及生態發展趨勢。				
上課內容 Course Description	(1) 課程介紹；(2) 媒介研究與重要理論；(3) 媒介匯流；(4) 書的歷史：從谷騰堡革命到網路；(5) 視覺影像傳媒變革；(6) 數位資訊革命；(7) 網路生態與產業；(8) 媒體產業購併與法規政策管理；(9) 期中課堂報告；(10) 媒體公共領域建構、與市場驅向新聞學；(11) 新媒體與虛擬文化；(12) 全球網絡傳播與新經濟；(13) 社群媒體與政治傳播；(14) 數位著作權議題；(15) 媒介生態在亞洲；(16) 媒介生態在美國；(17) 媒介生態在歐洲；(18) 期末報告				
941004001	閱聽人專題	必修	下學期	3學分	傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>本課程設定為入門至初步進階，因此並不認為同學已經瞭解閱聽人相關研究。本課程從媒介性質、社會環境變化出發，討論閱聽人在其中「被看待」的方式，並以進入「以閱聽人為研究對象」的範疇為目標。</p> <p>本課程的出席與討論非常重要，除因閱讀文獻需要解讀、討論、理解、應用外，也非常需要同學依據自身工作經驗的統整整理，提供閱聽人研究的不同思維。因此，課程希望同學本學期不要超過四次（包括四次）缺席。若未能依照規定出席課程並參與討論，則有九成機率會重修本課程。請同學特別注意。</p>				
上課內容 Course Description	<p>(1) 瞭解媒體與產業史</p> <p>(2) 瞭解傳播研究看待閱聽人的邏輯、方法與結論</p> <p>(3) 大眾與分眾</p> <p>(4) 閱聽人研究的未來（社群媒體、獨立媒體的時代）</p>				
941012001	獨立研究	必修	上（下） 學期	3學分	傳在碩二
課程目標 Course	本課以培養學生獨立研究能力，完成碩士論文為目標。				

Obectives					
上課內容 Course Description	<p>修課學生在修習「獨立研究」前，應先與相關教師晤談，經同意擔任指導教授後，即可選修本課。</p> <p>論文書寫形式得以「專業報告」、著作、或專題創作替代研究論文。</p> <p>以「專業報告」或著作替代研究論文（「專業報告」含新聞深度報導、廣告、廣播、電視或公共關係等領域之實務企畫與執行，或上述領域之個案研究），除「專業報告」或著作以外，仍應提出文獻探討、方法與步驟及參考書目，字數以不少於兩萬字為原則。</p> <p>以「專題創作」替代研究論文，除創作內容以外，尚需有書面報告，報告內容包括：創作理念、學理基礎、內容方向、方法技巧、創意(見)價值與貢獻。書面報告字數以不少於一萬五千字為原則。</p> <p>學生完成碩士論文後，應按「政治大學研究生學位考試要點」舉行學位考試。</p>				
941913001	文創行銷與管理	選修	上學期	3 學分	傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>文化是族群集體記憶與歷史軌跡，也是生活方式真實的呈現；而創意是提昇價值的創新思維或作法，予以商品化或傳播化，因此所謂文創，就是在文化基礎下，所進行的創新思維或作為。簡單的說「文創＝文化＋創意」，當然二者不應只是物理性的結合，更應該做化學性的質變，以創造 1+1&gt;2 的綜效 (synergy)，創意執行後可超出原有價值，創造額外的價格、功能、使用壽命、使用範圍、便利性……等附加利益，形成可預見、可量化的價值提昇 (value-added)。</p>				
上課內容 Course Description	<p>將「文創」視為「文化」與「創意」二元互動，是本課程的特色，期使學生經由關注「斯土斯民」，培養「文化商品化、商品文化化」的創新力與鑑賞力。</p>				
941914001	娛樂媒介與媒介心理	選修	上學期	3 學分	傳在碩一 傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>媒介使用已成為當代影響民眾日常生活的重要活動之一。不管是在家中觀看電視、使用電腦、玩遊戲、看報紙雜誌，或在上課、通勤途中滑手機、玩手遊、上網、聽廣播，媒介內容與使用行為隨時隨地影響著人們的行為、認知、與情緒。</p> <p>媒介心理研究旨在了解媒介、科技與人們行為間的互動，分析媒介使用如何影響人類心理經驗，並觀察媒介使用如何對社會造成影響。本課程將以</p>				

	媒介心理研究為基礎，帶領同學了解我們日常生活中如何與媒介互動，並探討媒介使用所帶來的影響力。本課程歡迎對於各類媒介敘事及閱聽人心理興趣之同學修習。課程中將探討不同訊息內容類型、各類工具（如：社交媒介、電玩、電視…等）、內容元素等面向，探討媒介內容如何影響閱聽人的心理層面、行為、與決策過程。				
上課內容 Course Description	<ul style="list-style-type: none"> <li>●了解人們使用媒介過程中的心理機制</li> <li>●理解媒介使用帶給人們與社會的影響</li> <li>●具備分析媒介使用行為能力</li> <li>●理解媒介心理理論與熟悉觀察方法</li> <li>●了解各類媒介內容的效果與閱聽人反應</li> </ul>				
941921001	社群媒體專題	選修	下學期	3學分	傳在碩一 傳在碩二
課程目標 Course Objectives	社群媒體有別於大眾媒體，是一種高度需要閱聽人參與其中，且其傳播通道亦高度依賴閱聽人際有人際網絡的媒體平台。在這個平台上，閱聽人、專業傳播工作者、平台（或技術）業者，乃至於政府等，都有不同於傳統媒體的角色與作為。本課程試圖從社群平台的技術特徵下手，在參照社會與歷史脈絡的前提下，討論社群媒體如今樣貌的形塑者、受影響者、得利者、被遺忘者。				
上課內容 Course Description	本課程希望修課同學瞭解社群平台相關解釋觀點，並且可應用這些觀點進行對具體現象的深入考察與理解。同學可瞭解社群平台的基本技術特徵、觀察技術平台特徵的數據痕跡，以及人群在社群平台上流動、溝通與動員的結構與模型。				
941922001	廣告策略與管理	選修	上學期	3學分	傳在碩二
課程目標 Course Objectives	本課程係以傳播與廣告理論為基礎，詮釋廣告策略與相關管理作為，以培養研究生運用理論分析實務與評論廣告表現之能力。				
上課內容 Course	<p>本課程之所以分為二部分，主要培養學生兼具廣告執行者，與社會觀察者的角色。</p> <p>前單元係以相關傳播與廣告理論為討論基礎，以培養研究生運用理論分</p>				

Description	析廣告實務與評論廣告表現之能力；後單元透過分析廣告與文化、經濟、科技、政治、媒體的觀察，瞭解廣告做為社會次系統的角色，以訓練研究生以巨觀觀點探討廣告、媒體與社會的互動關係。				
941929001	日常生活經驗與實踐	必修	上學期	3學分	傳在碩一 傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>瞭解「歷史厚描」與「文化研究」之研究取徑，並學習如何運用。</p> <p>以拉麵為案例研究，探討拉麵在日本與全球的歷史、社會、文化、經濟、政治、媒體各種語境中，所代表的符號意涵與結構內容。</p> <p>進行「思想實驗」，探討這些哲學議題如何運用於日常生活實踐中。</p>				
上課內容 Course Description	<p>蘇格拉底說：「未經檢視的人生，是不值得活的。」</p> <p>我們是否對於日常生活中的食、衣、住、行、育、樂種種情境，有著深刻反省？這些日常生活活動，究竟有何特殊之處？它們有沒有歷史？它們的社會脈絡是什麼？或者說，它們有何意義？</p> <p>本次課程第一本閱讀書籍《日本的滋味》（其實它的英文原名是：「沒說出來的拉麵歷史」），將對我們很熟悉又不熟悉的拉麵，進行論述思辨。本書的研究取徑為歷史厚描與文化研究。我們將與作者一同回溯，原本為外來食品的拉麵，如何在歷史浮沉過程中，成為代表日本美食之一，進而躍升為全球風靡的酷佳餚。</p> <p>在經過對於拉麵的深刻檢視之後，本課程第二本閱讀書籍《如果沒有今天，明天會不會有昨天？》，將提供一系列的「思想實驗」，針對日常生活活動背後的意義，例如幸福、自由、知識、道德等，進行思辨。</p> <p>配合著每週由同學導讀指定章節，將有相關作業，所有同學均需完成。期末則需提交一篇小論文。主題內容另外規定。</p>				
941936001	公共傳播與危機管理專題	選修	上學期	3學分	傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>課程教學目標包含：(一) 建立對於公關專業的認知，以及對於組織溝通之管理、策略企劃過程與效果的理解；(二) 培養對於公關理論、學術發展，以及重要公關實務議題之批判思考能力；(三) 透過案例討論深化策略企劃能力與危機溝通技巧。</p>				
上課內容 Course	<p>本課程旨在介紹公共傳播與危機管理實務工作與學術研究內容，課程設計包含指定讀物、案例分析，以及小組課堂討論等，規劃內容適合對於整合</p>				

Description	傳播或危機溝通領域有興趣之專班研究生。				
941945001	傳播與文化專題	選修	上學期	3 學分	傳在碩一 傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>1.熟悉視覺文化相關理論。</p> <p>2.透過視覺符號，探討符號與權力、大眾文化、媒體化社會、消費與慾望等觀念。</p> <p>3.學習以品味為基礎的物質文化研究。</p> <p>4.將「告訴我你吃什麼，我就能知道你是怎樣的人」這樣的說法，運用於日常生活實踐。</p>				
上課內容 Course Description	<p>本學期的課程主題為「觀看與品味」，觀看為視覺文化的實踐，品味則為物質文化的實踐。</p> <p>首先閱讀《觀看的實踐：給所有影像世代的視覺文化導論》(臉譜出版，2013，彩色版)，探討影像政治、看與被看的關係、現代性、寫實主義、視覺科技、大眾媒體與自媒體、消費文化與慾望、後現代主義等概念。</p> <p>接著閱讀《品味這件事》(臉譜出版，2018)，透過甜、酸、鹹、苦、鮮的味道分類，探討我們對於各類型文化產品的喜好與厭惡程度，透過社會化的脈絡，理解自我主體是如何被建構。</p> <p>透過各週指定章節導讀與解析，以及老師補充的內容，期許同學將視覺文化與物質文化相關理論，轉化為日常生活實踐，並以自身經驗與例證，於課堂上與同學分享，並且於 Moodle 課程討論區發文。</p> <p>期末每個同學將繳交一篇「質量並重」的報告，作為學習成果展現。</p>				
941915001	媒體消費與物質文化	選修	下學期	3 學分	傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>本課程從消費社會學理論出發，進入媒體消費的領域。對於媒體科技形式的消費涉及媒體物的特質，而媒體內容又是通往其他消費實踐之媒介，再現、形塑、建構了物質文化的意涵。探討理論同時，也會介紹相關研究方法，協助同學不僅熟悉理論也能蒐集資料並分析現象。</p>				
上課內容 Course Description	<p>本課程將帶領同學解讀媒體再現物質的論述，並從生命記憶回溯，個人與物品的關係與認同如何建立，以了解物質文化形塑的過程及其深層意義，以及消費與實踐的時間、空間意涵。修完本課程後，學生能 (一) 理解媒體消費與物質文化的關連與衍生意涵，(二) 掌握探索此主題的研究方法，(三)</p>				



	具備分析現象的能力。				
941916001	傳播科技與社會	選修	下學期	3學分	傳在碩二
課程目標 Course Objectives	本課程探索傳播科技與社會的關係，討論傳播科技所引發的影響、聯想以及引申的意涵。除了理解傳播科技在當代生活中的影響、應用與意涵，也從歷史角度回顧傳播科技與社會變遷的關係，並試著遙想未來可能的變化。				
上課內容 Course Description	<p>一、本課程論及的傳播科技範圍廣泛，將傳播至於人類社會核心，討論科技形式與文明發展的互動，以跨時代的角度與跨空間的視野，來反思當代的現象。</p> <p>二、結合研究方法的介紹，本課程帶領同學進行線上與開放空間的質性觀察研究。</p> <p>三、修完本課程後，期待同學們對於日常生活中無所不在的傳播科技，更能理解其發展演變，各種使用方式背後的社會因素，以及傳播科技與各種活動交織所帶來的意涵，並能積極運用傳播科技，傳達自己的主張。</p>				
941920001	社會趨勢	選修	下學期	3學分	傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>人類社會的變遷始終是個進行式。</p> <p>變遷驅使科技不斷地推陳出新、人才需求不停的更迭，更重要的是，人類的行為因而改變了，各行各業為了跟上潮流也不時地變換它們的營運模式。</p> <p>麥克魯漢(Marshall McLuhan)曾說過：“我們創造了工具，工具繼而型塑了我們。[We shape out tools and they in turn shape us.]”最近，AlphaGo 和柯潔的對奕，不就是一個深刻的啟示。</p> <p>這一課程，經由深入溝通、探討，期使研習者瞭解媒介的結構及其與外在環境之關係。特別是從個別媒體的問題反思媒介整體與社會環境的互動，進而能夠從單一環境因素，掌握媒介關係及狀態之變遷。並且，選擇一些媒介(包括新媒介)所面臨的重要共同議題，進行跨域的探討，並探索可能解決之道。</p>				
上課內容 Course	選訂不同主題，研習者每週經由閱讀文獻資料及小組討論，辨識傳媒和網路生態結構與社會變遷之關係；繼而以個案的問題為「經」延伸至整體傳				

Description	播科技，再從單一環境因素，掌握科技與人類互動關係及演變趨勢。另選擇一些媒介、電訊與網路所面臨的重要共同議題為「緯」，進行社會變遷各層面的分析研究，形成吾人存在之社會趨勢。				
941927001	新媒介商業模式	選修	下學期	3 學分	傳在碩一 傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>1、了解創新與商業模式的基本理論。</p> <p>2、同學能從日常生活與工作中反思理論與概念。</p> <p>3、能應用所學的理论架構，分析新媒介創新與商業模式的個案研究。</p>				
上課內容 Course Description	<p>課程將聚焦「創新」與「商業模式」在新媒介產業的應用與討論，主要內容包括：</p> <p>1、創新理論，創新者、組織文化與實踐</p> <p>2、商業模式概念、分析架構、設計、流程與策略</p> <p>3、質性理解使用者：情境、生活脈絡、習慣</p> <p>4、量化 Big data、策展、網友評價與社群互動</p> <p>5、資源聯盟、成本結構與廣告、定價與利潤</p> <p>6、創新、商業模式評估與個案研究方法</p>				
94193001	研究創意坊	選修	下學期	3 學分	傳在碩一 傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>本課主要針對碩專同學之學術論文寫作需求而設計，目的在於協助同學撰寫一份學術論文，包括如何形成研究問題、檢閱相關文獻、設計適合的研究方法、使用學術論文體例撰寫論文，以及了解相關研究倫理議題等。</p>				
上課內容 Course Description	<p>文獻檢閱、研究方法設計，乃至於論文呈現方式，須視同學欲探討的研究問題而定。由於撰寫論文是一個探索及釐清（研究）問題（這通常是文獻探討的作用），以及針對問題設計解決之道（文獻檢閱與研究方法訓練將於此發揮效用）的過程，故課程從文獻檢閱功能開始，協助同學尋找研究題目，再針對問題，教授如何「檢閱文獻」（研究創意通常起於此）。課程中期開始則以研究方法為主軸，進行授課、討論及實作練習。</p> <p>但要提醒的是，這並不是一堂研究方法課，抽象地教大家某個研究方法的操作步驟。反之，這是一堂針對同學撰寫學術論文需求而設計的課程，因此，雖然課程中期開始「看起來」像在教研究方法，但教師將以同學研究主題為例，教導同學如何檢閱及整理「相關」文獻、發展兼具「研究價值(創意)」</p>				

	<p>與「合理」的研究架構，以及設計「適當的」研究方法。</p> <p>本堂課除了教師授課外，還有個人作業，希望同學能夠從做中學，一方面培養形成學術論文之研究問題、文獻架構及研究方法設計之能力，另一方面也發展出鑑賞他人學術論文的能力。</p>				
941933001	媒介賽局專題	選修	下學期	3 學分	傳在碩一 傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、不涉及複雜數學計算，了解賽局理論基本概念</li> <li>2、能將媒介困境個案，形式化為不同的賽局模式與求均衡解</li> <li>3、應用賽局理論架構，分析媒介互動策略與雙贏可能</li> </ol>				
上課內容 Course Description	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、能在不同訊息條件下，系統性的思考互動問題</li> <li>2、模擬與預測參與對手的策略選擇</li> <li>3、具備分析與解決媒介賽局問題的能力</li> </ol>				
941949001	國外見習	選修	上(下)學期	3 學分	傳在碩一 傳在碩二
課程目標 Course Objectives	<p>本課程之宗旨在帶領專班學生到國外見習媒體並訪問相關研究主題。本課程之內容係為修課學生量身打造，亦即符合其個人修課與學習興趣。參與修課學生除了個人之研究興趣，也要一起學習其他同學的研究主題，並參與討論。本課程之授課時間分為出國前、出國期間與回國後三階段。出國前是為出國參訪做準備。出國期間則儘量學習並提出問題及蒐集答案。回國後學生則繼續與老師討論期末報告。授課老師並指導修課學生將期末報告以小型研討會方式發表。學生修課成績則由授課老師（帶隊老師）負責評量。</p>				
上課內容 Course Description	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、行前資料蒐集、擬定研究主題、規劃在地踏查內容與方式。</li> <li>2、至在地研究領域觀察、調查、訪談，撰寫紀錄田野筆記。</li> <li>3、行程結束後，沈澱整理各項資料，並完成期末報告。</li> <li>4、提出研究心得並發表。</li> </ol>				

## 陸、課程檢核表及修業規劃表

### 一、課程檢核表

學號		姓名		入學年			
必修課程 (18 學分)				選修課程 (18 學分)			
課程名稱	學分	成績	檢核	課程名稱	學分	成績	檢核
資訊企畫與整合專題	3	___	<input type="checkbox"/>			___	<input type="checkbox"/>
媒介組織管理專題	3	___	<input type="checkbox"/>			___	<input type="checkbox"/>
媒介生態專題	3	___	<input type="checkbox"/>			___	<input type="checkbox"/>
訊息設計與呈現專題	3	___	<input type="checkbox"/>			___	<input type="checkbox"/>
閱聽人專題	3	___	<input type="checkbox"/>			___	<input type="checkbox"/>
獨立研究	3	___	<input type="checkbox"/>			___	<input type="checkbox"/>
						___	<input type="checkbox"/>
						___	<input type="checkbox"/>
						___	<input type="checkbox"/>
總分數：36 學分							
需完成研究倫教育課程							

## 二、修業規劃表

傳播學院碩士在職專班

姓名：\_\_\_\_\_ 學號：\_\_\_\_\_

碩一上學期

課程名稱	上課時間	類別	學分數
資訊企畫與整合專題	六 234	必修	3
媒介組織管理專題	六 567	必修	3
類別	必修課程	選修課程	
畢業至少 應修學分	18	18	
	36		
至本學期 累計修畢			

碩一下學期

課程名稱	上課時間	類別	學分數
媒介生態專題	六 234	必修	3
類別	必修課程	選修課程	
畢業至少 應修學分	18	18	
	36		
至本學期 累計修畢			

碩二上學期

課程名稱	上課時間	類別	學分數
訊息設計與呈現專題	六 567	必修	3
獨立研究	學生與指導教授自行討論決定	必修	3
類別	必修課程	選修課程	
畢業至少應修學分	18	18	
	36		
至本學期累計修畢			

碩二下學期

課程名稱		上課時間	類別	學分數
閱聽人專題		六 567	必修	3
類別	必修課程	選修課程		
畢業至少 應修學分	18	18		
	36			
至本學期 累計修畢				



## 柒、傳院師資介紹

### 一、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

### 二、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
陳憶寧	特聘教授	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
林日璇	特聘教授	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

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
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
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
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
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
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

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
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 校區 廣播電視電影所博士 暨博士後研究	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
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

姓名	職稱	最高學歷	專長	所屬單位
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

### 三、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
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	政治大學法學院教授級約聘教學人員

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
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
江淑琳	兼任副教授	電信傳播、傳播科技、科學傳播、傳播科技與社會變遷	文化大學新聞學系
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	新聞傳播史、文化研究、傳播社會學、媒介理論	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	政治大學傳播學院兼任副教授
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

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
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
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、地方創生—大文山茶產業與文化傳播	政大里山地方學社會企業股份有限公司執行長
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	群星瑞智國際藝能股份有限公司總經理
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
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
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



姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
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
葉嘉忻	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
樊智銘	兼任助理教授	媒體藝術、錄像藝術、動態圖像設計	政治大學傳播學院兼任助理教授
駱麗真	兼任助理教授	新媒體藝術研究與創作	台北當代藝術館館長
盧建成	兼任助理教授級 專業技術人員	軟體設計、流程、雲計算及人工智慧、產品規劃、設計、開發與交付，團隊建立、企業營運經驗與能力	靖本行策有限公司創辦人兼顧問
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

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
余聿	兼任講師	停格動畫，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
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	地平線數位執行創意總監
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	雅比斯建設公司董事
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	臺灣邁肯集團董事長暨執行長
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

姓名	職稱	專長及授課科目	現職服務單位
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
王子嘉	兼任講師級 約聘教學人員	策略、創意、文案	自由接案工作者
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	兼任助理教授	攝影、影視製作、傳播社會學、 科技社會學	政治大學傳播學院兼任助理教 授
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
江亦瑄	兼任副教授	新媒體閱聽行為、社群行銷	國立體育大學休閒產業經營學 系
林曉蓓	兼任助理教授	電視節目製作	財團法人公共電視文化事業基 金會製作人
黃聿清	兼任助理教授	影音企劃、媒體素養	潮研顧問公司創辦人/策略暨 行銷總監
李志文	兼任助理教授	影音製作	和春技術學院助理教授

◎如有異動，以傳播學院各系所網頁公告為準。