

國立臺南藝術大學_107_學年第 2 學期

推廣教育專班開課簡章

一、依據：教育部「專科以上學校推廣教育實施辦法」、本校「推廣教育辦理要點」及「自籌收入經費收支管理要點」辦理。

二、目的：培養博物館相關從業人員之專業知能。

三、招生對象（資格）：大學、專科以上或具有同等學歷資格之人員。

四、招生人數：21人，未達14人不予開班。

五、師資來源：校內專業師資。

六、報名截止日：2019 年 02 月 25 日。

七、課程辦理方式及內容：

班 別	☒ 學分班 ☐ 非學分班
課 程 名 稱	行銷·地方·博物館
學分數	<u>2</u> 學分
上 課 日 期 時 間	<u>108</u> 年 <u>03</u> 月 <u>16</u> 日 ~ <u>108</u> 年 <u>04</u> 月 <u>27</u> 日（108/04/06 不上課） 每週 <u>六</u> ，AM / PM <u>9</u> : <u>10</u> ~ <u>17</u> : <u>00</u> ，總計 <u>36</u> 小時
上 課 地 點	成大博物館
授 課 教 師	耿鳳英 教授、曾信傑 副教授、業界講師
學 費	每人新臺幣 <u>6,600</u> 元整，每學分 3,300 元（3,000 學費、300 保證金）
課 程 特 色	本課程首先說明博物館行銷的基本理論與重要性，並著重於地方博物館的行銷策略；同時透過國內、外地方博物館中實際執行的行銷案例為分享，讓學生對國內、外地方博物館的文化行銷差異有所分析與比較，使學生瞭解地方博物館行銷工作的多面向、最新議題與行銷方式；最後協助學生思考地方博物館執行文化行銷的各種可能性。
課 程 進 度	第一堂(03/16)：博物館行銷理論介紹 第二堂(03/16)：博物館觀眾暨區隔、定位、目標市場與品牌行銷（STPB） 第三堂(03/23)：博物館行銷與 4P（產品 Product、定價 Pricing、通路 Place、促銷 Promotion） 第四堂(03/23)：專題演講 I（授課老師：業界講師） 第五堂(03/30)：地方博物館的文化行銷策略與公共關係 第六堂(03/30)：專題演講 II（授課老師：業界講師） 第七堂(04/13)：期中報告暨綜合討論 第八堂(04/13)：校外教學

	第九堂(04/20)：博物館行銷與新媒體運用 第十堂(04/20)：專題演講 III(授課老師：業界講師) 第十一堂(04/27)：地方博物館的會員制度、商店、教育活動案例分析 第十二堂(04/27)：期末報告暨綜合討論
上課使用教材	黃光男，1997，博物館行銷策略，臺北市：藝術家。 國立歷史博物館編輯委員會編輯，2001，文化觀光博物館：博物館館長論壇論文集，臺北市：國立歷史博物館。 馮久玲，2002，文化是好生意，臺北市：城邦文化。 曾信傑，2014，「從「禁用」到「近用」——新世紀初博物館藏品運用的行銷策略轉變」，《博物館藏品近用與利用》，國立科學工藝博物館，高雄市，頁 67-88。 曾信傑，2015，「生生不息-格拉斯哥博物館與都市再生的互利共生」，《博物館管理新視界》，新北市：華藝數位。 曾信傑，2014，「藝」想天開？！論博物館在城市品牌行銷扮演的角色」，《博物館經驗與當代藝術》，臺北市：臺北當代館，頁 69-82。 曾信傑，2005，文化行銷：博物館在都市再生中扮演之角色，博物館學季刊，19(4): 33-47。臺中：國立自然科學博物館。 曾信傑 2013 特色的博物館、有博物館特色的地方，中華民國博物館學會博物館簡訊，66，6-10。 蔡昭儀，2004，全球古根漢效應，臺北市：典藏藝術家庭。 Bradford, H. 1994. "A New Framework for Museum Marketing". in Moore, K (ed.) Museum Management. London: Routledge, pp. 41-51. Burton, C. & Scott, C. 2007. "Museums: Challenges for the 21st Century". In Sandell, R. & Robert, R. J. (ed.) Museum Management and Marketing. London & New York: Routledge, pp. 49-66. Falk, J. H. & Beverly, K. S. 2006. Thriving in the knowledge Age: New Business Models for Museums and Other Cultural Institution. Lanham, MD: Altamira. Kotler, N, Kotler, P & Kotler, W. 2008. Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources. San Francisco: Jossey-Bass. Sandell, R. & Robert, R. J. (ed.) 2010. Museum Management and Marketing. London: Routledge Tzeng, S-C. 2015,〈Arts Beyond Imagination?! The Key Role of Museums in Branding a City〉.《SPRING DIALOGUE 2013-2014》. 臺北市：財團法人春之文化基金會，PP. 350-361.
教學方法	課堂理論演講、分組討論、校外實際觀摩與演繹
備註	

八、報名及繳費方式：

- (一) 現場報名：請於 108 年 02 月 25 日 17:00 前至本校出納組繳交學費並核章，再至本校博物館學與古物維護研究所-博物館學組繳交報名表，以完成正式報名手續。
- (二) 劃撥報名：請於 108 年 02 月 25 日前劃撥，劃撥帳號：31424941，戶名：國立臺南藝術大學(手續費 6 元，請自行負擔，意即須劃撥 6,606 元)；請於劃撥單「通訊欄」空白處填寫姓名、聯絡電話及報名課程名稱，並將報名表郵寄至 72045 臺南市官田區大崎里 66 號國立臺南藝術大學博物館學與古物維護研究所-博物館學組，以完成正式報名手續。
- (三) 線上報名：請至本校校內報名系統(<https://ap.tnnua.edu.tw/Regist/Main.aspx>)填寫報名，審核通過後於 108 年 02 月 25 日前繳費以完成正式報名手續。

九、注意事項：

- (一) 本班次為推廣教育學分班，不授予學位證書，學分班於課程修讀期滿，依學員成績及格者發給推廣教育學分結業證書；未來如通過本校入學考試取得學籍，其已修之科目及學分抵免情形依本校學生抵免學分辦法及各系所規定辦理。
- (二) 課程聯絡資訊：陳小姐，(06)6930100#2646；E-MAIL：tainanmuseum2017@gmail.com；課程網頁：<http://apo.tnnua.edu.tw/files/11-1060-2516.php?Lang=zh-tw>。