



公共行政學系教學計畫表 Syllabus

中文課程名稱 Course Name in Chinese	非營利組織行銷			學年/學期 Academic Year/Semester	113.2
英文課程名稱 Course Name in English	Non-Profit Organization Marketing			授課教師 Instructor	魯炳炎
科目代碼 Course Code		系級 Department & Year		開課單位 Course-Offering Department	公行所隔週 9 點-4 點
修別 Type	☐ 必修 Required ☒ 選修 Elective ☐ 學程 Program	學分數 Credit(s)	3	時數 Hour(s)	3
先修課程 Prerequisite	無				
課程描述 Course Description	對於臺灣社會的發展，不同類型的非營利組織，有獨特的重要性。理論架構和實務案例結合，團隊發揮和個人發想，賦予行銷不同的意義。				

課程目標 Course Objectives	1 基於非營利組織行銷理論，透過案例分析，檢驗並回饋理論的架構。 2 團隊完成理論架構的案例，個人致力於文案寫作和影片製作。							
能力指標 Learning Outcomes 核心能力與專業能力	核心能力: A 具備豐富人文學與社會科學基礎知能；B 具備運用語文表達與批判思考能力從事創新活動；C 具備民主法治理念與社會關懷素養。 專業能力: D 培養具備公共行政之理論知識與實務能力；E 培養具備公共							
課程目標與基礎能力相關性 Correlation between Course Objectives and Basic Learning Outcomes	A	B	C	D	E	F	G	H
		●		●				◎

圖示說明: High correlation 高度相關, Medium correlation 中度相關, Low correlation 低度相關

授課進度表 Teaching Schedule & Content

週次	內容 (Subject/Topics)	備註 Remarks
1.	02/22。課程簡介。 <u>非營利組織概論</u> 。非營利組織，要不要營利？？！	隔週六小時/分組
2.	03/01 。社會企業—是企業嗎？？！ 營利與行善，是否衝突？？！	
3.	03/08。從行銷到非營利組織的行銷。 <u>非營利組織行銷的文案和影片</u> 。	分組完畢入座
4.	03/15 。科特勒的行銷模式：一以貫之。行銷-社會行銷-公共部門行銷。	
5.	03/22。兼論不同類型的非營利組織行銷。每人提出案例，並進行討論。	
6.	03/29	
7.	<u>04/05。清明節連續假日。</u>	
8.	04/12	

9.	04/19。期中報告。學期總成績 40%。	期中評量周
10.	04/26。本系主辦臺灣公共行政暨公共事務系所聯合會的年度研討會。	TASPAA 研討會
11.	05/03。報告（續）。行銷：文案寫作；影片：讓人感動的元素。	
12.	05/10。	
13.	05/17。期末報告（一）：二選一：3 分鐘微電影；1 分鐘影片。	
14.	05/24。	
15.	05/31。端午節假日。	
16.	06/07。	
17.	06/14。期末報告（二）。	期末評量周
18.	06/28。	學期結束
教學策略	■課堂講授 Lecture ■其他	
學期成績計算方式	期中的個人報告，學期總成績 40 % 。期末的個人報告，學期總成績 60 % 。 案例與影片主題，需經過授課教師的同意。 ———〉感動的力量，募款的關鍵〈——— ———〉喝酒不開車，不要再抽煙〈———	
俞玖玢譯。2020。社會行銷：打破同溫層的第一步，運用行銷思維實現社會改革，第三版。原著作者: Lee, Nancy Lee, and Philip Kotler。原著第五版的書名： <i>Social Marketing: Changing Behaviors for Good</i> 。台北: 五南圖書。		
參考書籍:		
林淑馨。2023。非營利組織概論，第三版。台北: 智勝。		
-----2021。NPO-公私協力與地方創生。台北: 智勝。		
楊智翔。2024。說故事的行銷力量。台北: 創見文化。		
戴佑如-王誠之-高美雯。2016。NGO 的治理：現在與未來進行式。台北: 元照。		
戴國良。2024。超圖解行銷致勝 72 個黃金法則。台北: 五南。		