

## 傳播學院

### 廣告暨策略行銷學系實習媒體組織管理規章

中華民國一〇四年二月十日訂定

1. 廣告暨策略行銷學系二大直屬實習媒體中心(以下簡稱為媒體中心)，分別為整合行銷傳播中心(以下簡稱為IMCC)及品牌研究中心(以下簡稱為BR)，兩媒體中心均由廣銷學系系辦公室負責管理、統籌與運作。
2. IMCC及BR均採公司治理模式運作。中心內部組織得設負責人一名、執行長一名、中心主任一名、中心督導一名、及部門組長和副組長若干名。並視業務狀況需求，得增設中心督導人數。
3. 兩大媒體中心負責人由傳播學院院長擔任，監督二大媒體中心運作。執行長為廣告暨策略行銷學系主任擔任，主要職務範疇為領導、管理、統籌與裁定媒體中心所有相關事務與決策。中心主任負責協調、規劃與檢核內外部事務，及回報執行長相關工作成效。中心督導則擔任教育與支持性角色，負責訓練各部門組長和副組長、支援中心事務、確保工作品質、及回報中心主任相關工作成效。各部門組長和副組長負責個別部門內工作分配、執行及各部門間工作人員聯繫溝通。
4. 媒體中心組織架構共有四大部門及八大組別。四大部門包括行政部、策略規劃部、營運部、及行銷部；八大組別包括庶務組、財務組、創意組、企劃組、管理組、客服組、活動推廣組及公關媒體組。相關工作職掌見一覽表。
5. 媒體中心成員與歸屬單位分配方式主要依照個人志願順序、個人專長與工作需求特質為考量標準，學業成績列為參考依據，成員至多可跨一個組別。成員若需更換部門或組別，必須徵求執行長與中心主任同意後方能異動。
6. 媒體中心成員遴選以廣告暨策略行銷系學生為優先考量，缺額部分則開放傳播學院學生申請，錄取標準採書審及面試二部分，各占50%。
7. 媒體中心運作方式採實務操作及上課並行方式進行。實務操作包含值班、活動執行、會議討論、參與競賽等。
8. 媒體中心成員每人每學期須值班18週、每週兩小時，主要負責本中心相關業務之處理。寒假期間每人值班8小時，大二升大三暑假須完成64小時的媒體中心前置訓練。
9. 媒體中心每週三固定上課，方式將分為二階段，上午為例行性會議及討論、參與競賽討論、及企劃書撰寫討論，下午則進行業師演講。必要時得加開臨時會議。
10. 媒體中心成員工作績效將由執行長與中心主任負責評定，中心督導提供參考分數。評分方式為作業/報告(包含業師指派作業)占40%、出席率(含上課、值班、活動及工作執行)占40%、競賽參與成效(分數將依競賽成績及同儕評分斟酌調整)占20%。
11. 媒體中心承接任何校內外活動必須確實填寫「產學合作計畫通報表」，並將每一活動相關文件及資料個別歸檔以供日後查核。
12. 媒體中心成員若須支援校外活動請公假者，必須事先申請，並由中心督導送交中心主任簽核。若中心主任因故無法即時簽核，則陳交執行長簽名核准。活動未報備而事後補辦申請者一律不予受理。