



## 教學計劃表 Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	廣告實務與行銷		學年/學期 Academic Year/Semester	112/2
課程名稱(英文) Course Name in English	Advertising Planning Practice & Marketing communication			
科目代碼 Course Code	AD_41100	系級 Department & Year	學三	開課單位 Course-Offering Department
修別 Type	學程 Program	學分數/時間 Credit(s)/Hour(s)	3.0/3.0	
授課教師 Instructor	/羅凱			
先修課程 Prerequisite				
課程描述 Course Description				
<p>瞭解廣告實務操作 與行銷基礎概念。 課程以廣告行銷概念、品牌形象規劃、創意思考與設計及媒體整合應用等四個面向，透過範例之講述與分析，以及小組討論活動，學習行銷觀念並啟發創意思維。 同時輔以個案模擬運作，培養學生在實務操作中，學習邏輯思維，強化應用之能力。期學生在未來從事相關行業，發揮所學之知識與技能。</p>				
課程目標 Course Objectives				
<p>培養學生對於行銷廣告之管理、策略研究和企劃執行能力，兼顧理論和實務運用能力；藉由個案資料蒐集、市場調查、消費者行為分析與行銷資訊研究，擬定行銷傳播策略與推廣計畫，完成廣告創意表現與媒體計畫，並考量預算與執行力，企劃一完整之廣告活動提案。</p>				
系專業能力 Basic Learning Outcomes				課程目標與系專業能力相關性 Correlation between Course Objectives and Dept.'s Education Objectives
A	具備藝術與設計理論的基礎知識。Able to train the students to have the basic knowledge of arts & design.			○
B	具備獨立思考、創新研發與專業倫理的能力。Able to train the students to have the capability of independent thinking, creative research & development, and the professional ethics.			○
C	具備文化內涵與美學素養的創作能力。Able to train the students to have the creative ability with cultural insights and aesthetics accomplishment.			○
D	具備溝通協調、學習分享與團隊合作的能力。Able to train the students to have the capability of communication, coordination, sharing and teamwork.			●
E	具備跨域合作與在地實踐的能力。Able to train the students to have the capability of across boundary cooperation and local practice.			○
F	具備國際視野及掌握藝術與設計發展的能力。Able to train the students to have global outlook and the knowledge of connecting trends of arts and design.			○
圖示說明 Illustration : ● 高度相關 Highly correlated ○ 中度相關 Moderately correlated				
授課進度表 Teaching Schedule & Content				
週次 Week	內容 Subject/Topics			備註 Remarks
1	課程介紹/廣告與行銷——課程說明/上課注意事項/師資介紹			
2	行銷基本概念——行銷定義/方法分析			

3	市場定位與策略——商品定位/擬定策略與概念	
4	產品命名與文案撰寫——腦力激盪/小組討論	
5	品牌形象塑造——品牌與行銷的關係	
6	品牌識別設計——識別設計概念與原則	
7	民族掃墓節/放假一天	
8	品牌識別設計——識別設計應用	
9	期中考試週 Midterm Exam(期中報告)	
10	平面廣告媒體——平面媒體特質與應用	
11	平面廣告創意——平面廣告設計作品賞析	
12	戶外廣告媒體——媒體特質與設計原則	
13	店頭廣告媒體——媒體組成與設計原則	
14	廣電廣告媒體——電視/廣播媒體特性與範例賞析	
15	數位廣告行銷——數位/網路媒體特性與範例賞析	
16	分組討論——模擬個案專題報告	
17	期末成果展示——檢討	
18	期末教學補充	

### 教學策略 Teaching Strategies

- 課堂講授 Lecture
  分組討論 Group Discussion
  參觀實習 Field Trip
  其他 Miscellaneous: 業師演講

### 教學創新自評 Teaching Self-Evaluation

#### 創新教學(Innovative Teaching)

- 問題導向學習(PBL)
  團體合作學習(TBL)
  解決導向學習(SBL)
  翻轉教室 Flipped Classroom
  磨課師 Moocs

#### 社會責任(Social Responsibility)

- 在地實踐 Community Practice
  產學合作 Industry-Academia Cooperation

#### 跨域合作(Transdisciplinary Projects)

- 跨界教學 Transdisciplinary Teaching
  跨院系教學 Inter-collegiate Teaching

- 業師合授 Courses Co-taught with Industry Practitioners

其它 other:

---

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments

配分項目 Items	配分比例 Percentage	多元評量方式 Assessments							
		測驗 會考	實作 觀察	口頭 發表	專題 研究	創作 展演	卷宗 評量	證照 檢定	其他
平時成績 General Performance	20%		✓						出缺席狀況
期中考成績 Midterm Exam	30%			✓	✓				
期末考成績 Final Exam	30%			✓	✓				
作業成績 Homework and/or Assignments	20%								學習狀態及進度掌 控
其他 Miscellaneous (_____)									

評量方式補充說明

Grading & Assessments Supplemental instructions

平時成績以出缺席及遲到早退狀況，課程學習態度及配合程度進行評量。

教科書與參考書目 (書名、作者、書局、代理商、說明)

Textbook & Other References (Title, Author, Publisher, Agents, Remarks, etc.)

1. Moriarty, S., Mitchell, N., Wells, W (2015)。Advertising & IMC: Principles and Practice 10e. (廣告學)。陳尚永編譯。華泰文化。
2. 蕭富峰，張佩娟，卓峰志 (2010)。廣告學。台北：智勝出版社
3. Schmitt, B.H., & Simonson, A (1999)。Marketing aesthetics: the strategic management of brands, identity, and image. (大市場美學)，郭建中譯。台北：新雨出版社。

課程教材網址(含線上教學資訊, 教師個人網址請列位於本校內之網址)

Teaching Aids & Teacher's Website(Including online teaching information.  
Personal website can be listed here.)

其他補充說明 (Supplemental instructions)