Please consult Intellectual Property Rights before making a photocopy. Please use the textbook of copyrighted edition.

②國玄東華大學

教學計劃表 Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	廣告策略與企畫]		學年/學期 Academic Year/Se	113/2		
課程名稱(英文) Course Name in English	Advertising Strategy & Planning						
科目代碼 Course Code	LCI_35800	系級 Department 學三 & Year		開課單位 Course-Offering Department	民族語言與傳播學系		
修別 Type	學程 Program	學分數/時 Credit(s)/Hou		3.0/3.0			
授課教師 Instructor	/黄毓超						
先修課程 Prerequisite							

課程描述 Course Description

本課程將帶領大家從認識廣告、行銷基礎概念開始,逐漸了解廣告策略與企劃方法,而後應用所學規劃廣告溝通內容。課程具體目標有三:

- 1. 熟悉廣告之基本概念與理論。
- 2. 探討廣告策略內涵與執行並以實際個案了解廣告策略運用。
- 3. 認識廣告產業與製作流程,並實際操作與練習廣告策略企劃工作。

課程目標 Course Objectives

課程目標為讓學生認識廣告基礎概念並知道廣告企劃流程,進而能發展廣告策略與撰寫完整廣告企劃書。

	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	具備原住民族語言文化涵養及語文研究能力之基礎。To acquire ability to appreciate indigenous languages/culture and to conduct cultural studies.	
В	具備原住民族語文應用能力。To acquire ability to express indigenous language and culture.	
С	具備傳播理論及媒體實務能力。To acquire ability to interpret communication theory and to engage media production.	•
D	具備原住民族文化傳播及議題探討能力。To acquire ability to debate key issues of indigenous cultural communication.	
Е	具備整合原住民族語文及傳播知能之實踐能力。To acquire collaborative abilities to apply the knowledge of indigenous language, culture and communication.	0

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	
2	課程暖身	
3	廣告與產業介紹(一)	
4	廣告與產業介紹 (二)	
5	行銷基本概念(一)	

6	行銷基本概念(二)	
7	廣告策略與企劃 (一)	
8	廣告策略與企劃 (二)	
9	期中考週	
10	媒體概說與計畫 (一)	
11	媒體概說與計畫 (二)	
12	廣告創意與評估 (一)	
13	廣告創意與評估(二)	
14	整合行銷工具	
15	廣告企劃提案競賽	
16	廣告企劃提案完成	
17	期末考週	
18	自主學習	
	教學策略 Teaching Strategies	
✓ 課堂講	授 Lecture	Field Trip
其他Mis	scellaneous:	
	教學創新自評Teaching Self-Evaluation	
創新教學(Innovative Teaching)	
✓ 問題導	向學習(PBL) ■ ■ 解決導向學	보谐(SBL)
翻轉教	室 Flipped Classroom	
社會責任(Social Responsibility)	
在地實	淺Community Practice 產學合作 Industy-Academia Cooperati	on
跨域合作(Transdisciplinary Projects)	
	學Transdisciplinary Teaching 跨院系教學Inter-collegiate Teaching	
業師合	爱 Courses Co-taught with Industry Practitioners	
其它 othe	r:	

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments									
配分項目	配分項目 配分比例 多元評量方式 Assessments						nts		
Items	Percentage	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(含出缺席) General Performance (Attendance Record)	30%		~	✓					
期中考成績 Midterm Exam									
期末考成績 Final Exam	30%		~	~	~				
作業成績 Homework and/or Assignments	40%		~						
其他 Miscellaneous									

評量方式補充說明

Grading & Assessments Supplemental instructions

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.)

Moriarty, S., Mitchell, N., Wood, C., & Wells, W. 著,陳尚永譯(2020)。《廣告學》(11版)。臺北:華泰文化。

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)