



教學計劃表 Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	廣告策略與企劃			學年/學期 Academic Year/Semester	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 & Year	學三	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/時間 Credit(s)/Hour(s)		3.0/3.0	
授課教師 Instructor	/黃毓超				
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.				
B	具備原住民族語文應用能力。To acquire ability to express indigenous language and culture.				
C	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.				
E	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.				○
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
 ☒ 分組討論 Group Discussion
 ☐ 參觀實習 Field Trip
☐ 其他 Miscellaneous:

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	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)									