



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	113/2
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	藝術與設計學系
修別 Type	學程 Program	學分數/時間 Credit(s)/Hour(s)		3.0/3.0	
授課教師 Instructor	/羅凱				
先修課程 Prerequisite					
課程描述 Course Description					
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。					
課程目標 Course Objectives					
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。					
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	2/28 和平紀念日 放假				

3	行銷基本概念——行銷定義/方法分析	
4	市場定位與策略——商品定位/擬定策略與概念	
5	產品命名與文案撰寫——腦力激盪/小組討論	
6	品牌形象塑造——品牌與行銷的關係	
7	民族掃墓節/放假一天	
8	品牌識別設計——識別設計概念與設計應用	
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	5/30 補假	
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)									