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

②图玄束華大學

教學計劃表 Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	廣告實務與行錄	Í		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	AD41100	系級 Department 學三 & Year		開課單位 Course-Offering Department	藝術與設計學系		
修別 Type	學程 Program	學分數/時 Credit(s)/Hou		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.	0
В	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.	0
С	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.	•
Е	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.	0
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.	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/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	ield Trip
✓ 其他Mi	scellaneous: <u>業師演講</u>	
	教學創新自評Teaching Self-Evaluation	
創新教學(Innovative Teaching)	
	向學習(PBL)	習(SBL)
	室 Flipped Classroom	
	Social Responsibility)	
在地實	踐Community Practice 產學合作 Industy-Academia Cooperatio	on
	Transdisciplinary Projects)	
	學Transdisciplinary Teaching Y 跨院系教學Inter-collegiate Teaching	
	授 Courses Co-taught with Industry Practitioners	
x = 1	授 Courses Co-taught with Industry Practitioners	
其它 othe		

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments									
配分項目	配分比例 Percentage	多元評量方式 Assessments							
Items		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)	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)