



## 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	114/2
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
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. 熟悉廣告基本概念與理論。
2. 探討廣告策略內涵與執行並透過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	
11	廣告創意與評估	
12	整合行銷工具	
13	廣告企劃提案練習	
14	廣告企劃提案競賽	
15	廣告工作內涵	
16	課程總結	
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(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

- 上課前請先行閱讀當週教材。
- 課堂參與 (30%)：課堂有不定期活動，包含思考訓練、議題探討、團體討論等。
- 學期作業 (40%)：4次課程小練習，主題與要求將於課堂中說明。
- 企劃提案 (30%)：5人一組為原則，完成一份廣告企劃書，內容包含：背景分析、廣告策略、媒體策略、效果評估等（詳細格式與準備方法將與課堂教授與說明）。注意事項如下：
  - 期中考週繳交情境分析與SWOT分析 (10%)。
  - 期末提出完整企劃書 (10%) 與20分鐘口頭提案 (10%)，必須使用投影片，投影片製作方向與提案重點會在課堂說明。

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)