



## 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	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	
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 Industy-Academia Cooperation  
 跨域合作 Transdisciplinary Projects       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
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)