

淡江大學 100 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	廣告訊息設計	授課 教師	劉青英 CHING-ING LIU
	ADVERTISING CREATIVITY		
開課系級	大傳二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAMXB2A		
系（所）教育目標			
<p>一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 具人文素養與社會關懷之能力。</p> <p>B. 團隊合作與溝通協調能力。</p> <p>C. 理解傳播相關倫理與社會責任之能力。</p> <p>D. 理解社會趨勢與產業現況之能力。</p> <p>E. 發掘、分析與解決傳播問題之能力。</p> <p>F. 理解傳播相關專業理論之能力。</p> <p>G. 企劃設計與執行傳播實務所需技術之能力。</p> <p>H. 具掌握與融合理論知識與實作創意之能力。</p>			
課程簡介	<p>廣告訊息設計並非藝術創作 而是商品行銷中佔了非常重要的推動角色。廣告訊息設計須與廣告目標及行銷目標一致，方能與其他行銷工具發揮一加一大於二的綜效。課程中亦將帶領同學解析文案寫作及視覺設計案例，並實際練習文案寫作。</p>		
	<p>Advertising creativity is not about art perfection, Advertising creativity is not about art perfection instead, it's a catalyst and must work seamlessly and synergize with other marketing tools in order to secure success of the product. The class will share examples of copywritng and visual design, as well as practice copy writing.P3ABDG</p>		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系(所)核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應其「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列。)

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系(所)核心能力
1	1. 了解廣告訊息設計在產品行銷中的角色 2. 訊息設計原則 3. 解析文案寫作及視覺設計案例 4. 實際練習文案寫作。	1. understand the role of advertising creativity playing in product marketing. 2. principles of advertising creativity. 3. analyzing real cases of copywriting and visual design. 4. copy writing practice.	P3	ABDG

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	1. 了解廣告訊息設計在產品行銷中的角色 2. 訊息設計原則 3. 解析文案寫作及視覺設計案例 4. 實際練習文案寫作。	講述、討論、賞析、實作	紙筆測驗、實作、報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養與核心能力

淡江大學校級基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◇ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◆ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◆ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◆ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◇ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◇ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◇ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/02/13~ 101/02/19	課程內容/評分方式說明, 有趣視覺案例分享	
2	101/02/20~ 101/02/26	行銷vs 廣告 vs 訊息設計策略	
3	101/02/27~ 101/03/04	訊息處理過程	
4	101/03/05~ 101/03/11	1. 創意思考與創意元素 2. 實例分享	
5	101/03/12~ 101/03/18	視覺設計與實例解析一	
6	101/03/19~ 101/03/25	視覺設計與實例解析二	
7	101/03/26~ 101/04/01	平面設計重點與實例解析	
8	101/04/02~ 101/04/08	網路廣告設計重點與實例解析	
9	101/04/09~ 101/04/15	其他媒體訊息設計重點與實例解析	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	文案寫作重點與練習 一	
12	101/04/30~ 101/05/06	文案寫作重點與練習 二	

13	101/05/07~ 101/05/13	期末報告說明及分組討論	
14	101/05/14~ 101/05/20	期末報告說明及分組討論	
15	101/05/21~ 101/05/27	期末報告說明及分組討論	
16	101/05/28~ 101/06/03	期末小組報告	
17	101/06/04~ 101/06/10	期末小組報告	
18	101/06/11~ 101/06/17	期末考試週	
修課應 注意事項	準時到教室上課，點名完畢後才不得補點，若於第二堂課點名，第一堂課雖在，但點名時未出席者亦不得補點名。		
教學設備	電腦、投影機、其它(麥克風)		
教材課本			
參考書籍	廣告傳播，蕭湘文著，2009年，威仕曼文化。 透視消費者，漆梅君著，2008年，學富文化		
批改作業 篇數	2 篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）		
學期成績 計算方式	◆出席率：15.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：40.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈主動性〉：5.0 %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。		