

淡江大學 100 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	全球廣告管理	授課 教師	黃哲盛 JE-SHENG HUANG
	GLOBAL ADVERTISING MANAGEMENT		
開課系級	國企系四 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TBTXB4A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。 二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。 三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。 B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。 C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。 D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。			
課程簡介	這門課的重點在於如何辨別與處理全球廣告的相關議題，如何開展一個廣告活動，何時選擇最有效的媒體露出，以及如何評估廣告的有效性。事實上，廣告既需要創意啟發，也涉及深具難度的執行。所以在課程學習上，不僅需明瞭廣告的原理原則，也需實際著手操作廣告企劃案。		
	Global advertising management is a senior undergraduate course that focuses on how to identify the global advertising issues, how to conduct an advertising campaign, when to make the right media exposures, and how to examine the advertising effectiveness? In fact, advertising is part inspiration and part hard work. It requires not only to know the principles of how the successful global advertising strategies are formulated, but also to participate in the real world practices of how they can work by themselves.		

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	深入瞭解如何有效形成與執行全球廣告管理的重要概念、思考架構與理論基礎。	To build up an in-depth understanding of the concepts, frameworks, and theories that form and execute the global advertising management effectively	C2	ABD
2	發展出能研究全球廣告相關議題的分析能力	To develop analytical ability to study global advertising issues	C4	ABD
3	企劃一個廣告活動	To conduct an advertising campaign	P6	ABD

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	深入瞭解如何有效形成與執行全球廣告管理的重要概念、思考架構與理論基礎。	講述、賞析	紙筆測驗、報告
2	發展出能研究全球廣告相關議題的分析能力	講述、討論、賞析	實作、報告、上課表現
3	企劃一個廣告活動	討論、賞析、實作、參訪、問題解決	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	Course Orientation	
2	101/02/20~ 101/02/26	Ch1: introduction to advertising	
3	101/02/27~ 101/03/04	Ch4: how advertising works	
4	101/03/05~ 101/03/11	Ch5: the consumer audience	
5	101/03/12~ 101/03/18	Ch6: strategic research	
6	101/03/19~ 101/03/25	Ch7: strategic planning	
7	101/03/26~ 101/04/01	Ch12: the creative side and message	
8	101/04/02~ 101/04/08	Ch13: copywriting	
9	101/04/09~ 101/04/15	Ch14: design and production	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	Ch8: print and out-of-home media	
12	101/04/30~ 101/05/06	Ch9: broadcast media	

13	101/05/07~ 101/05/13	Ch11: media planning and buying	
14	101/05/14~ 101/05/20	Final-report presentation	
15	101/05/21~ 101/05/27	畢業考試週	
16	101/05/28~ 101/06/03	---	
17	101/06/04~ 101/06/10	---	
18	101/06/11~ 101/06/17	---	
修課應 注意事項			
教學設備		投影機	
教材課本		Advertising—principles and practice , 9th edition By Wells, Moriarty, and Burnett	
參考書籍			
批改作業 篇數		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： 10.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %	
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。	