

淡江大學 101 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>廣告訊息設計並非單純藝術創作 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廣告文案及視覺設計，培養創意思考，並透過小 組集體創作出創意概念，並自行設計廣告稿來推廣小組的概念。</p>		
	<p>Advertising creativity is not about pure artwork creation, instead, it's a catalyst which works seamlessly with marketing strategy and tools in order to secure success of advertised products. The course will share examples of advertising creativity, ways to cultivate creative thinking as well as work as a group to come out your own creative ideas and send the message out by creating your own advertisement.</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。 5. 團體作業廣告計劃	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. 5. group advertising plan	A4	ABDEG

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。 5. 團體作業廣告計劃	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

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◇ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◆ 團隊合作	
◆ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	102/02/18~ 102/02/24	課程內容/評分方式說明, 有趣視覺案例分享	
2	102/02/25~ 102/03/03	228 國定假日停課一次	
3	102/03/04~ 102/03/10	行銷vs 廣告 vs 訊息設計策略的關係	
4	102/03/11~ 102/03/17	creative brief 廣告創意工作單內容要素	
5	102/03/18~ 102/03/24	廣告目標與對象設定	
6	102/03/25~ 102/03/31	產品定位及產品概念寫作練習	
7	102/04/01~ 102/04/07	4/4 國定假日停課一次	
8	102/04/08~ 102/04/14	廣告文案寫作要素	
9	102/04/15~ 102/04/21	訓練創意思考方式	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	廣告片解析與小組期末報告說明 (地球行動家)	
12	102/05/06~ 102/05/12	小組討論	

13	102/05/13~ 102/05/19	小組討論	
14	102/05/20~ 102/05/26	小組提交企畫書	
15	102/05/27~ 102/06/02	小組執行企畫書內容 (在課堂以外時間)	
16	102/06/03~ 102/06/09	各小組報告 (包括企畫內容及行動成果)	
17	102/06/10~ 102/06/16	各小組報告 (包括企畫內容及行動成果)	
18	102/06/17~ 102/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	準時到教室上課，上課20分鐘後才到教室者不得補點。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		
教材課本	廣告傳播，蕭湘文著，2009年，威仕曼文化。		
參考書籍	透視消費者，漆梅君著，2008年，學富文化		
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：15.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：40.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈上課主動發言 每次總成績加一分〉：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。		