

淡江大學 102 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	廣告學	授課 教師	許哲齊 SHEU, JOE-CHYI
	INTRODUCTION TO ADVERTISING		
開課系級	產經四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLEXB4P		
系（所）教育目標			
培育具學術深造潛力及實務發展能力的人才。			
系（所）核心能力			
<p>A. 能具備產業經濟學相關領域之專業知識。</p> <p>B. 能掌握產業經濟趨勢，利用課程理論針對時事進行分析。</p> <p>C. 能具備跨領域之多元專業知識與終身學習的能力。</p> <p>D. 能培育具學術深造的潛力。</p> <p>E. 能將經濟理論與實務結合，以提升就業之競爭力。</p>			
課程簡介	<p>本課程將涵蓋廣告學原理與實務範疇，藉由講授、討論及考試之方式，讓同學學習廣告領域的知識，瞭解廣告策略、創意表現與公關媒體操作等相關事項，使同學對廣告產業能有整體性之概念。</p>		
	<p>This course will cover advertising principles and practice areas, through lectures, discussions and examination of the way, to let the students learning the related knowledge in the field of advertising, advertising strategy, creative expression, public relations and media operations, and other related matters, and to be able to have a comprehensive concept for the advertising industry.</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	透過本課程讓同學學習廣告領域的知識, 瞭解廣告策略、創意表現與公關媒體操作等相關事項, 使同學對廣告產業能有整體性之概念。	Let the students learning the related knowledge in the field of advertising, advertising strategy, creative expression, public relations and media operations, and other related matters, and to be able to have a comprehensive concept for the advertising industry.	C3	BCE

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	透過本課程讓同學學習廣告領域的知識, 瞭解廣告策略、創意表現與公關媒體操作等相關事項, 使同學對廣告產業能有整體性之概念。	講述、討論、賞析	紙筆測驗、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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◆ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◆ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◆ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◆ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◆ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	103/02/17~ 103/02/23	課程介紹、分組、影片欣賞	
2	103/02/24~ 103/03/02	廣告是什麼? - - 廣告概念與產業結構	
3	103/03/03~ 103/03/09	好廣告vs.爛廣告 - - 廣告策略與創意	
4	103/03/10~ 103/03/16	廣告怎麼做? - - 廣告製作流程	
5	103/03/17~ 103/03/23	創意思考 - - 認識自己的思考邏輯	
6	103/03/24~ 103/03/30	如何撰寫廣告企劃案 - - 企劃案試做及個人履歷撰寫	
7	103/03/31~ 103/04/06	教學行政觀摩日(放假)	
8	103/04/07~ 103/04/13	廣告策略發展	
9	103/04/14~ 103/04/20	文字的魅力 - - 廣告文案	
10	103/04/21~ 103/04/27	期中考試週	
11	103/04/28~ 103/05/04	廣告媒體與媒體企劃	
12	103/05/05~ 103/05/11	天馬行空的廣告創意	

13	103/05/12~ 103/05/18	品牌管理與廣告操作	
14	103/05/19~ 103/05/25	期末報告	
15	103/05/26~ 103/06/01	畢業考試週	
16	103/06/02~ 103/06/08	---	
17	103/06/09~ 103/06/15	---	
18	103/06/16~ 103/06/22	---	
修課應 注意事項	1.本教學計畫表僅供選課同學參考，屆時進度會依實際狀況微調。 2.上課中不得使用筆電或平板，手機亦請關機或保持靜音。 3.上課時不得吃東西。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	無		
參考書籍	。廣告學（九版），Moriarty, Mitchell, Wells著，陳尚永譯，華泰文化，2012年；。廣告學，蕭富峰、張佩娟、卓峰志著，智勝出版，2010年(初版)；。廣告創意概念與操作，許安琪，揚智出版社，2004年；。文案發燒，Luke Sullivan著，乞丐貓譯，商周出版，2003年；。動腦雜誌、廣告雜誌等書刊		
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：15.0 % ◆期中評量：40.0 % ◆期末評量： % ◆其他〈報告（含平時作業）〉：30.0 %		
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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學計畫表上傳下載」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。		