

淡江大學 108 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	廣告學	授課 教師	李月華 LEE, YUEH-HUA
	INTRODUCTION TO ADVERTISING		
開課系級	企管二P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXB2P		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、熟悉專業知能。 二、訓練實務知能。 三、培養團隊精神。 四、深化專業倫理。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：60.00) C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：40.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
2. 資訊運用。(比重：60.00) 7. 團隊合作。(比重：40.00)			
課程簡介	此課程的目的是提供學生了解在廣告及媒體產業中的主要架構及理論。本課程的學習目標是讓學生從瞭解消費者動機、創意發想，到媒體選擇、時程安排、效果評估，使同學在一學期課程能了解整個廣告企劃的程序，期末能運用廣告知識的架構規劃出一個有效的廣告企畫書。		
	The purpose of this course is to provide students with a working knowledge of the major frameworks, theories in the area of advertising management. The goal of this course is to learn the material from customer motivations, effective messages, operating media, targeting audience and advertising measurement. By the end of this course, students not only are familiar with the framework of advertising knowledge, but also can apply this framework to create an effective advertising plan.		

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	能理解廣告的基本學理知識	understanding the basic theory of advertising
2	能運用廣告概念並團隊合作完成廣告企劃	applying the framework of advertising and team work to create an effective advertising plan.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	A	2	講述	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	技能	C	7	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	108/09/09~108/09/15	課程介紹及廣告導論	
2	108/09/16~108/09/22	廣告閱聽人心理與行為	
3	108/09/23~108/09/29	廣告創意管理	
4	108/09/30~108/10/06	文案設計-微短文(100字)/電影欣賞	10%
5	108/10/07~108/10/13	分鏡腳本 /一個故事:分鏡腳本規劃	15%
6	108/10/14~108/10/20	媒體管理及廣告代理商管理/Google AD 台灣價格指數	
7	108/10/21~108/10/27	廣告企劃、新創廣告欣賞及解析	15%
8	108/10/28~108/11/03	自媒體/官網+GA分析/line	
9	108/11/04~108/11/10	廣告投放/精準行銷/Google Adword/關鍵字廣告	
10	108/11/11~108/11/17	期中考試週	
11	108/11/18~108/11/24	廣告效果評估/FB洞察報告/GA分析	

12	108/11/25~ 108/12/01	廣告製作及外景	iphone 中國AD
13	108/12/02~ 108/12/08	導流-拉高品牌能見度/網紅/置入性行銷	
14	108/12/09~ 108/12/15	演講-數位廣告投放及效果評估	
15	108/12/16~ 108/12/22	數位廣告市場趨勢/媒體新商業模式	
16	108/12/23~ 108/12/29	報告-廣告企劃	40%
17	108/12/30~ 109/01/05	報告-廣告企劃	
18	109/01/06~ 109/01/12	期末考試週(本學期期末考試日期為:109/1/3-109/1/9)	
修課應 注意事項	1.分組：自行分組6人為一組，若未有組別者，其分組報告與組別討論成績為零分。 2. 期末報告：廣告企劃。 作業1：文案設計 作業2：腳本設計 作業3：新創廣告解析 3. 學期成績50~59分者，則視平時上課態度及討論發言予以調整分數。		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	鄭自隆 廣告策略與管理：理論與案例交鋒對話 2015 第2版 華泰文化 呂冠瑩 廣告學概論：整合行銷傳播觀點 2018 第2版 前程文化		
參考文獻			
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：10.0 % ◆期中評量： % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈作業3份〉：40.0 %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁→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。		