

淡江大學 108 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	莊秀禎 CHUANG, HSIU-CHEN
	INTRODUCTION TO ADVERTISING		
開課系級	企管進學班四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXE4P		
系 (所) 教育目標			
<p>一、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：60.00)</p> <p>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)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>2. 資訊運用。(比重：60.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：40.00)</p>			
課程簡介	<p>在數位時代，廣告產業面對的是以消費者為主導之行銷活動、媒體多元化、廣告效果更被重視及整合行銷傳播的趨勢。本課程將從廣告的原理、品牌與消費者、創意與設計、廣告媒體及整合行銷傳播與效益評估等面向，以系統且完整架構來介紹廣告學的基礎概念。輔以得獎廣告案例的研讀，獲取廣告新知及實務意涵。</p>		
	<p>This course includes the practices and theories of advertising. It provides an in-depth look at the increasing importance of consumers as the driving force in today's advertising strategies, social media, and the internet evolution. It also includes an increased integrated marketing communication and brand focus. Supplemented with award-winning advertising cases to obtain new advertising knowledge and practical implications.</p>		

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	培養對廣告的鑑賞能力	Cultivate the appreciation of advertising.
2	增進廣告企劃製作的素養、創意與策略意涵	Improving the quality of advertising planning, creative and strategic implications
3	未來相關就業之準備	Preparation for future employment

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	情意	AC	27	講述、討論、發表、賞析	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	C	27	講述、討論、發表、賞析	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	技能	AC	27	講述、討論、實作	測驗、討論(含課堂、線上)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	109/03/02~ 109/03/08	課程介紹、第1章 廣告概論	
2	109/03/09~ 109/03/15	第2章 品牌行銷傳播	
3	109/03/16~ 109/03/22	第3章 品牌行銷傳播與社會責任	
4	109/03/23~ 109/03/29	第4章 品牌行銷傳播如何創造效果	
5	109/03/30~ 109/04/05	第5章 區隔並鎖定目標消費者	
6	109/04/06~ 109/04/12	第6章 策略性研究	
7	109/04/13~ 109/04/19	第7章 企劃與策略	
8	109/04/20~ 109/04/26	第8章 大創意、第9章 文案寫作	
9	109/04/27~ 109/05/03	期中考試週	

10	109/05/04~ 109/05/10	第10章 視覺傳播、第12章 電子媒體	
11	109/05/11~ 109/05/17	第15章 公共關係、第16章 直效行銷	
12	109/05/18~ 109/05/24	第16章 直效行銷、第17章 促銷	
13	109/05/25~ 109/05/31	第18章 整合行銷傳播與特殊廣告第、第19章 效益評估	
14	109/06/01~ 109/06/07	畢業考試週	
15	109/06/08~ 109/06/14		
16	109/06/15~ 109/06/21	---	
17	109/06/22~ 109/06/28	---	
18	109/06/29~ 109/07/05	---	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		廣告學(十版), 陳尚永編譯, 2016年, 華泰文化。	
參考文獻		廣告策略與管理: 理論與案例交鋒對話(二版), 鄭自隆著, 2015年, 華泰文化。	
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: 10.0 % ◆平時評量: % ◆期中評量: 40.0 % ◆期末評量: 50.0 % ◆其他〈〉: %	
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。	