

淡江大學 110 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	戴 昀 YUN TAI
	INTRODUCTION TO ADVERTISING		
開課系級	大傳二A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TAMXB2A		
課程與SDGs 關聯性	SDG12 負責任的消費與生產		
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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 溝通力：具備協調、溝通與團隊合作之能力，以完成「內容產製」與「文化行銷」之提案。(比重：20.00)</p> <p>B. 道德力：具備「內容產製」與「文化行銷」之基本倫理與道德。(比重：10.00)</p> <p>C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。(比重：20.00)</p> <p>D. 創造力：具備邏輯思考與創意能力，以發掘、分析及解決「內容產製」與「文化行銷」相關之議題。(比重：30.00)</p> <p>E. 行動力：具備結合傳播理論與實務之能力，以完成企劃設計與執行傳播實務。(比重：20.00)</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：20.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：20.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：30.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程為廣告概論課程，介紹廣告及廣告產業之生態、發展歷程、產製過程等，並探討廣告在社會生活中的角色。透過原理與理論性的角度，以及各種廣告文本的案例，介紹與探討廣告、消費文化與社會之間的關係。</p>		

	In this course, we will introduce the process of development and production for advertising and the advertising industry, as well as the role of advertising in social life. We will do so through the lens of various theoretical perspectives with discussion on examples of advertising “texts.”
--	---

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	認識廣告產業，瞭解廣告如何形塑我們的生活	Know advertising industry and understand how advertising shapes our lives
2	培養對於廣告及其所傳達之訊息的批判性思考	Critically evaluate promotional messages
3	訓練自己成為更負責任的消費者與未來可能的廣告製作者	Become more responsible consumers and, possibly, future advertising producers

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	ACD	24	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	B	45	講述、討論	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	情意	DE	78	講述、討論	測驗、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	110/09/22~ 110/09/28	課程介紹	
2	110/09/29~ 110/10/05	廣告的起源、發展與產業概況 1	
3	110/10/06~ 110/10/12	廣告的起源、發展與產業概況 2	
4	110/10/13~ 110/10/19	品牌與行銷傳播	
5	110/10/20~ 110/10/26	公共關係	
6	110/10/27~ 110/11/02	廣告與行銷傳播效果	

7	110/11/03~ 110/11/09	廣告的研究、策略與企劃 1	
8	110/11/10~ 110/11/16	廣告行銷實務分享	
9	110/11/17~ 110/11/23	期中考試週	
10	110/11/24~ 110/11/30	期中報告	
11	110/12/01~ 110/12/07	廣告的研究、策略與企劃 2	
12	110/12/08~ 110/12/14	科學、思考與廣告創意	
13	110/12/15~ 110/12/21	廣告與社會 1	
14	110/12/22~ 110/12/28	廣告與社會 2	
15	110/12/29~ 111/01/04	期末報告 1	
16	111/01/05~ 111/01/11	期末報告 2	
17	111/01/12~ 111/01/18	期末考試週	
18	111/01/19~ 111/01/25	彈性補充教學週	
修課應 注意事項	<ul style="list-style-type: none"> •點名時未到2次以上，每次扣學期總成績3分；未全程出席課堂者，視為點名時未到。 •病/事假出具假單者2次以下不扣分，病假請於下一次上課時補交假單，逾時不受理。公假及事假請於前一週上課時預先繳交假單，不接受事後補交。不接受紙本假單以外的任何形式請假。如有病/事/公假相關之特殊情形請於學期第一堂課與任課教師討論，否則皆遵循此規則計分。 •擾亂課堂秩序、影響他人者（如聊天、私自使用手機及其他電子產品），如第一次警告後未改善，每次警告扣學期總成績5分，情節嚴重者將被請出教室。 •期末課堂報告週末出席或未全程參與者，扣學期總成績30分。期末課堂報告週欲請病假者，須持地區醫院(含)以上之診斷說明書請假，並須自行提出補救方案，在授課教師核可該方案及執行成果後，方可免予扣分。 		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材			
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	<p>◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：55.0 % ◆期中評量： %</p> <p>◆期末評量： %</p> <p>◆其他〈期末報告〉：35.0 %</p>		

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。