

淡江大學 110 學年度第 1 學期課程教學計畫表

| | | | |
|--|--|----------|---------------------|
| 課程名稱 | 全球廣告管理 | 授課 教師 | 蕭奕凡 HSIAO, I-FAN |
| | GLOBAL ADVERTISING MANAGEMENT | | |
| 開課系級 | 國企系經營三A | 開課 資料 | 實體課程 選修 單學期 2學分 |
| | TLFAB3A | | |
| 課程與SDGs 關聯性 | SDG4 優質教育 SDG5 性別平等 SDG12 負責任的消費與生產 | | |
| 系（所）教育目標 | | | |
| <p>一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。</p> <p>二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。</p> <p>三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。</p> | | | |
| 本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重 | | | |
| <p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：30.00)</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：30.00)</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：20.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：20.00)</p> | | | |
| 本課程對應校級基本素養之項目與比重 | | | |
| <p>1. 全球視野。(比重：30.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：20.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：20.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：30.00)</p> | | | |
| 課程簡介 | <p>本課程之內容主要為廣告管理之核心意涵，並解釋廣告於企業運作中提升效益之重要性。相較於理論講述，本課程著重解釋理論於現實案例中之應用效果及限制。</p> | | |

| | |
|--|---|
| | <p>The course provides concepts of global advertising management, and to explain why it is essential for a business.</p> <p>The class emphasizes the applications and tactics by means of realistic cases rather than formal theories. Students are expected to be capable of explaining how advertising applies to real market and understand challenges and opportunities in advertising management</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 | 使學生了解廣告管理之基礎理論及實務上之運用。 | To understand the principles and practice and Advertising Cognitive |

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 | ABCD | 1235 | 講述、討論 | 測驗、作業、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 | 品牌與行銷傳播之基本概念 | |
| 2 | 110/09/29~ 110/10/05 | 什麼是廣告? | |
| 3 | 110/10/06~ 110/10/12 | 公共關係 | |
| 4 | 110/10/13~ 110/10/19 | 行銷與促銷 | |
| 5 | 110/10/20~ 110/10/26 | 行銷傳播如何創造效果? | |
| 6 | 110/10/27~ 110/11/02 | 策略性研究 | |
| 7 | 110/11/03~ 110/11/09 | 消費者行為, 市場區隔 | |
| 8 | 110/11/10~ 110/11/16 | 廣告企劃與策略性規劃 | |
| 9 | 110/11/17~ 110/11/23 | 期中考試週 | |

| | | | |
|--------------|--|-------------------|--|
| 10 | 110/11/24~ 110/11/30 | 訊息策略 | |
| 11 | 110/12/01~ 110/12/07 | 創意性思考 | |
| 12 | 110/12/08~ 110/12/14 | 廣告文案 | |
| 13 | 110/12/15~ 110/12/21 | 廣告製作 | |
| 14 | 110/12/22~ 110/12/28 | 媒體總論 | |
| 15 | 110/12/29~ 111/01/04 | 整合行銷傳播 | |
| 16 | 111/01/05~ 111/01/11 | 效益評估, 企業社會責任與廣告倫理 | |
| 17 | 111/01/12~ 111/01/18 | 期末考試週 | |
| 18 | 111/01/19~ 111/01/25 | | |
| 修課應 注意事項 | <p>期末報告之報告形式依選課人數及遠距教學與否, 於開學後視疫情控制及學校政策而訂。 請同學準時出席(無論實體課程或是遠距教學), 如無法出席, 請務必提出請假申請。 請同學落實防疫政策。</p> | | |
| 教學設備 | 電腦、投影機 | | |
| 教科書與 教材 | 廣告學 (11版); 作者: Moriaty et al.; 陳尚永 編譯; 華泰文化; ISBN:978-986-97815-7-2 | | |
| 參考文獻 | 廣告創意-概念與操作; 許安琪、邱淑畫 著; 揚智文化; ISBN:957-818-642-8 | | |
| 批改作業 篇數 | 2 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: 20.0 % ◆平時評量: 10.0 % ◆期中評量: 35.0 % ◆期末評量: % ◆其他〈期末報告〉: 35.0 %</p> | | |
| 備考 | <p>「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。</p> | | |