

淡江大學 112 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	吳姿嫻 TZU-HSIEN WU
	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	SDG4 優質教育 SDG11 永續城市與社區 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。 二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
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) 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) 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) 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) 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)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：5.00) 2. 資訊運用。(比重：25.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：25.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	<p>本課程旨在於帶領學生認識當前（數位時代）廣告之於行銷傳播的功能與角色，學習廣告基礎知識，透過應用廣告學理、實作和行銷案例討論，培養學生對廣告的興趣與敏銳度。學生之學習目標有三：</p> <p>1.認識廣告產業的發展、廣告資源及廣告基礎學理  2.藉由實作練習，體驗做廣告的基本重點：策略規劃、創意發展與設計、提案  3.培養對廣告的敏銳度，學習解讀日常中多變的廣告案例與分析</p>
	<p>This course aims to help students understand the role and function of advertising in marketing communication in the current digital era. It covers the foundational knowledge of advertising and cultivates students' interest and acumen in advertising through the application of advertising theories, practical implementation, and discussions of marketing cases.</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	<p>學生將學習：</p> <p>1.認識與觀察廣告產業，學習應用廣告學理進行實作  2.培養對於廣告及其所傳達之訊息的策略性思考  3.練習成為更負責任的消費者與未來可能的廣告行銷傳播者</p>	<p>Students will learn:</p> <p>1. Understanding and observing the advertising industry, and applying advertising theories in practice.  2. Cultivating strategic thinking regarding advertising and the messages it conveys.  3. Practicing to become more responsible consumers and potential advertising and marketing communicators in the future.</p>

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	ABCDE	12345678	講述、討論、發表、實作	作業、討論(含課堂、線上)、實作、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	113/02/19~ 113/02/25	課程介紹 #第一週會分組執行課後作業，欲修課的同學務必出席	
2	113/02/26~ 113/03/03	廣告工作流程 & 行銷傳播的導覽	小組作業分享
3	113/03/04~ 113/03/10	4P's、整合行銷傳播	

4	113/03/11~ 113/03/17	廣告如何創造效果	期中報告說明
5	113/03/18~ 113/03/24	#1 專家工作坊	
6	113/03/25~ 113/03/31	廣告創意 & 訊息策略	
7	113/04/01~ 113/04/07	* * * * * 清明連假 * * * * * * * *	
8	113/04/08~ 113/04/14	廣告策略與企劃 I	
9	113/04/15~ 113/04/21	期中報告 <期中考週>	
10	113/04/22~ 113/04/28	#2 專家工作坊	
11	113/04/29~ 113/05/05	廣告策略與企劃 II	
12	113/05/06~ 113/05/12	廣告媒體類型 & PESO原則	
13	113/05/13~ 113/05/19	#3 專家工作坊	
14	113/05/20~ 113/05/26	效益評估 & 廣告倫理與社會責任	
15	113/05/27~ 113/06/02	期末進度討論	
16	113/06/03~ 113/06/09	期末報告 I	
17	113/06/10~ 113/06/16	期末報告 II <期末考週日期:113/6/11-113/6/17>	
18	113/06/17~ 113/06/23	教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力			
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容		邏輯思考	

<p>修課應注意事項</p>	<p>1.課綱會再微調更新，請以開學第一週課堂上公布的版本為準；  2.本課程高度重視實作及背後的策略思考，欲修課的學生務必出席第一堂課程說明；課程第一週將會進行分組啟動課堂任務  3.課程期間，將依學生實作情況調整單元進度  4.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。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。  5.期中、期末課堂報告未出席或未全程參與者，扣學期總成績10分。期中、期末課堂報告當週欲請病假者，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。  6.點完名再進教室者即屬遲到。遲到等同於第一個小時缺席。</p>
<p>教科書與教材</p>	<p>自編教材:簡報  採用他人教材:教科書</p>
<p>參考文獻</p>	<p>原野守弘著/張雅琇譯(2021)。《創意入門：用喜歡改變世界》。基因生活。  Moriarty, S., Mitchell, N., Wood, C., &amp; Wells, W. 著/陳尚永編譯(2020)。《廣告學》11版。台北：華泰文化。  呂冠瑩(2021)。《廣告學概論：整合行銷傳播觀點(第二版)》。台北：滄海。  楊名皓(Miles Young)著/莊淑芬、高嵐譯(2019)。《數位時代的奧格威談廣告：聚焦消費洞察，解密品牌行銷》。台北：天下雜誌。  陳萬達(2012)。《媒體企劃：跨媒體行銷趨勢與傳播策略》。台北：威仕曼文化。  翟治平(2022)。《廣告設計策略與管理》。台北：全華。  許子謙、米卡(2018)。《用行銷改變世界：品牌力背後觸動人心的商業洞察》。台北：大寫出版；大雁文化發行。  邱順應(2008)。《廣告文案：創思原則與寫作實踐》。台北：致勝出版。  Barry, P.著/劉翰雲譯(2019)。《廣告行銷自學聖經》。台北：原點出版；大雁文化發行。  Lois, G. 著/林育如譯(2018)。《攻敵必救的大創意！》。台北：商周。  龔大中(2023)。《創意龔作心得報告》。台北：時報文化。  葉明桂(2017)。《品牌的技術和藝術：向廣告鬼才葉明桂學洞察力與故事力》。台北：時報文化。</p>
<p>學期成績計算方式</p>	<p>◆出席率：20.0 %    ◆平時評量：20.0 %    ◆期中評量：30.0 %  ◆期末評量：30.0 %  ◆其他〈 〉： %</p>
<p>備考</p>	<p>「教學計畫表管理系統」網址：<a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。  <b>※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。</b></p>