

淡江大學114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	張福駒 FU-CHU CHANG					
	INTRODUCTION TO ADVERTISING							
開課系級	經濟二P	開課資料	實體課程 選修 單學期 2學分					
	TLYXB2P							
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG11 永續城市與社區 SDG12 負責任的消費與生產							
系（所）教育目標								
一、厚植核心基礎精實進階專業。 二、激勵主動思考培養獨立分析。 三、活用專業知能接軌實務應用。 四、重視溝通協調強化團隊整合。 五、形塑國際視野培育公民意識。								
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重								
A. 掌握經濟專業的基本知識。(比重：20.00) B. 對經濟現象或議題，具基本的解讀能力。(比重：20.00) C. 瞭解經濟專業與財經實務的基本關連。(比重：20.00) D. 具備基本經濟專業的溝通、整合能力。(比重：20.00) E. 瞭解國際經濟的基本概況。(比重：10.00) F. 瞭解經濟專業與福利議題的基本關連。(比重：10.00)								
本課程對應校級基本素養之項目與比重								
1. 全球視野。(比重：10.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：20.00)								

課程簡介	本課程的目標在帶領同學認識廣告行銷傳播學在產業經濟領域過程中扮演的角色以及廣告創意行銷的整合運作，包括廣告企畫的製作過程、廣告公關策略、廣告文案寫作、網路媒體廣告、廣告事件行銷、媒體整合行銷、危機管理及SWOT效果評估。
	本課程的定位在提供一個廣告學導覽及整合行銷的概念，讓同學獲得從事廣告產業的基礎知識，期末還要發揮創意，分組製作剪輯一支吸引人的廣告影片。
	INTRODUCTION TO ADVERTISING

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	本課程的教學目標在提供學生一個廣告學導覽及整合行銷的概念，讓同學獲得從事廣告業的基本專業知識。	Understanding and Introduction To Advertising

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	ABCDEF	12345678	講述、討論、發表、實作、體驗、模擬	測驗、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	114/09/15~114/09/21	課程介紹、廣告創意好好玩、影片觀摩	
2	114/09/22~114/09/28	廣告產業趨勢演進、新冠肺炎肺炎之衝擊與網路商機崛起	觀光休閒產業
3	114/09/29~114/10/05	品牌與廣告行銷創意	運動行銷產業
4	114/10/06~114/10/12	公共關係、文案寫作及危機管理	汽車業與電動車產業
5	114/10/13~114/10/19	直效行銷、網路直播及通路促銷	飲料食品產業
6	114/10/20~114/10/26	廣告計劃運動與媒體創意策略	零售通路產業

7	114/10/27~114/11/02	網路廣告的特性與SWOT效果評估	航空旅遊產業
8	114/11/03~114/11/09	事件行銷活動的重要性	電子商務產業
9	114/11/10~114/11/16	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	通訊科技產業
10	114/11/17~114/11/23	廣告製作分組主題報告、交勘景、拍攝分鏡表	分組廣告作業
11	114/11/24~114/11/30	企業活動公關、消費者行為、組織行為決策	餐飲外送服務產業
12	114/12/01~114/12/07	CIS品牌策略及新產品發展、全球廣告策略行銷與國際化	時尚精品產業
13	114/12/08~114/12/14	互動媒體與新科技媒體 & 廣告活動新趨勢	咖啡茶飲產業
14	114/12/15~114/12/21	廣告行銷分組報告一、分組廣告影片放映1-3組	文化創意產業
15	114/12/22~114/12/28	廣告行銷分組報告二、分組廣告影片放映4-6組	
16	114/12/29~115/01/04	期末多元評量週、廣告行銷分組報告三、分組廣告影片放映7-9組	
17	115/01/05~115/01/11	期末多元評量週/教師彈性教學週	
18	115/01/12~115/01/18	教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力	資訊科技、人文關懷		
跨領域課程	素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEPP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))		
特色教學 課程	協同教學(校內多位老師、業師)課程		
課程 教授內容	邏輯思考 綠色能源		
修課應 注意事項	本課程修課學生會分組臨摹製作短篇廣告影片，分組同學需有人熟悉抖音、Quik或繪聲繪影等影片剪輯軟體系統。 期末分組廣告整合行銷報告以PPT方式教室報告，所有組員都要出席報告，並播放分組廣告製作影片		
教科書與 教材	採用他人教材:教科書 教材說明: 廣告學 策略、經營與實例、戴國良 著、五南書局、2021,09		
參考文獻	廣告女王在想啥？ 莊淑芬 著、天下雜誌、2022, 06		

學期成績 計算方式	<p>◆出席率： 20.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：40.0 %</p> <p>◆其他〈 〉： %</p>
備 考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：https://web2.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。</p> <p>※「遵守智慧財產權觀念」及「不得不法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>