

淡江大學 九十七 學年度第 二 學期課程教學計畫表

授課科目名稱：廣告學

授課教師：張巧真

教學目標：藉由本課程之修習，使同學對廣告之功能、分類、廣告心理、媒體與創意企劃，以及台灣廣告實務狀況有更一步的認識與了解，並經由各類商品的廣告個案研討，可激發同分辦及鑑賞廣告的能力。

開課班級	企業管理系			必/選修	必修	
學分數	3 學分 3 小時 (單學期)		先修科目			
教學內容 及進度	週次	月/日	內 容			
	第一週	2/20	課程介紹、評分標準、分組			
	第二週	2/27	CH1：廣告與行銷的關係+ CH2：廣告概述			
	第三週	3/6	CH3：廣告與社會：倫理與規範+ CH4：廣告如何有效			
	第四週	3/13	CH5：消費者行為+CH6：廣告研究			
	第五週	3/20	CH7：廣告規劃及策略+CH8：廣告創意			
	第六週	3/27	CH9：廣告文案撰寫+ CH10：廣告設計與製作			
	第七週	4/3	教學行政觀摩週(停課)			
	第八週	4/10	CH11：媒體企劃與採購+CH12：平面媒體			
	第九週	4/17	CH13：廣播電視與互動媒體+CH14：直效行銷			
	第十週	4/24	期中考試週			
	第十一週	5/1	CH15：促銷+CH16：公共關係			
	第十二週	5/8	CH17：特殊廣告+CH18：國際廣告			
	第十三週	5/15	分組報告與討論(1~5 組)			
	第十四週	5/22	分組報告與討論(6~10 組)			
	第十五週	5/29	分組報告與討論(11~15 組)			
	第十六週	6/5	分組報告與討論(16~20 組)			
	第十七週	6/12	分組報告與討論(21~25 組)			
第十八週	6/19	期末考試週(不舉行考試)				
講授方式	v	課堂講授	v	分組討論	參觀實習	其他 (_____)
教學設備	V	電腦	v	投影機	其他 (_____)	
教材課本	黃俊堯編譯、黃曼琴編著，廣告學，普林斯頓					
參考書籍	陳尚永、蕭富峰編譯，廣告學，華泰文化					
成績考 核方式	出缺席紀錄： 20 % (抽點五次，每次佔總 成績 4 分)		期中考： 30 %		期末報告(oral report)： 30 %	
	平時表現、評論他組 報告心得： 20 %		其他 (_____): %			

※ 非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。

◇ 期末報告：商品廣告分析 (上台及書面)：

上台報告 powerpoint 檔—每組報告 15~20 分鐘+Q&A 討論 5 分鐘

書面報告 word 檔—每組報告至少 3000 字，字體為 12

報告內容—

- (一) 報告組別共 25 組，各組人數依修課人數平均分配。
- (二) 分析對象—自選，鎖定某類商品之媒體廣告 (此廣告具有創意)。
- (三) 分析內容—介紹選定之媒體廣告，其廣告訴求為何？並說明您對這個廣告的評價與心得。

◇ 報告繳交：

- 不論上台報告之先後順序為何，每組之報告電子檔繳交日期為 **5/14 pm 6:00 前**寄至教師信箱 (aka@mail.tku.edu.tw)，逾時不予計分。
- 上台報告組別必須在報告當天將書面報告交給授課教師。
- 報告電子檔及書面報告(powerpoint 與 word 檔)均需繳交，缺一不可。

◇ 評論他組報告之心得繳交：

- 5/16~6/12 為報告週，每週有五組報告，每小組請從五組報告中選擇一組來評論 (非自己報告組)，並於當天下課前繳交一頁 A4 之書面心得 (共計五次評論心得)，缺交則以 0 分計算，不接受補交。

◇ 上課規範：

- 除討論時間外，嚴禁交談。
- 尊重其他同學權益，課堂中禁止飲食。
- 每學期可請假兩次，事假可用 email 事先請假，病假須提出證明。
- 禁止遲到早退。