

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	全球廣告管理	授課 教師	黃哲盛 Je-sheng Huang
	GLOBAL ADVERTISING MANAGEMENT		
開課系級	國企系四 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TBTXB4A		
學系(門)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>			
學生基本能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有審視國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有外語運用能力。</p> <p>E. 培訓具有數理邏輯思考與經濟分析之能力。</p> <p>F. 培訓具有國際品牌與行銷管理之能力。</p> <p>G. 培訓具有財務金融應用之能力。</p> <p>H. 培訓具有經貿法規與國際經濟組織之基本素養。</p> <p>I. 培訓具有團隊合作與社會服務之精神。</p>			
課程簡介	<p>這門課的重點在於如何辨別與處理全球廣告的相關議題，如何開展一個廣告活動，何時選擇最有效的媒體露出，以及如何評估廣告的有效性。事實上，廣告既需要創意啟發，也涉及深具難度的執行。所以在課程學習上，不僅需明瞭廣告的原理原則，也需實際著手操作廣告企劃案。</p>		
	<p>Global advertising management is a senior undergraduate course that focuses on how to identify the global advertising issues, how to conduct an advertising campaign, when to make the right media exposures, and how to examine the advertising effectiveness? In fact, advertising is part inspiration and part hard work. It requires not only to know the principles of how the successful global advertising strategies are formulated, but also to participate in the real world practices of how they can work by themselves.</p>		

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填):

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域: C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域: P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域: A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性:

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如: 認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如: 「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	學生基本能力
1	1深入瞭解如何有效形成與執行全球廣告管理的重要概念、思考架構與理論基礎。 2發展出能研究全球廣告相關議題的分析能力 3能評價全球廣告策略與執行的有效性 4 企劃一個廣告活動	1. To build up an in-depth understanding of the concepts, frameworks, and theories that form and execute the global advertising management effectively. 2. To develop analytical ability to study global advertising issues 3. To evaluate the advertising strategies and implementations effectiveness 4. To conduct an advertising campaign	A5	ABDFI

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1深入瞭解如何有效形成與執行全球廣告管理的重要概念、思考架構與理論基礎。 2發展出能研究全球廣告相關議題的分析能力 3能評價全球廣告策略與執行的有效性 4 企劃一個廣告活動	課堂講授、分組討論、參觀實習	出席率、報告、討論、期中考、期末報告

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~ 100/02/20	Course Orientation	
2	100/02/21~ 100/02/27	Ch1: introduction to advertising	

3	100/02/28~ 100/03/06	Ch4: how advertising works	
4	100/03/07~ 100/03/13	Ch5: the consumer audience	
5	100/03/14~ 100/03/20	Ch6: strategic research	
6	100/03/21~ 100/03/27	Ch7: strategic planning	
7	100/03/28~ 100/04/03	Ch12: the creative side and message	
8	100/04/04~ 100/04/10	Ch13: copywriting	
9	100/04/11~ 100/04/17	Ch14: design and production	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	Ch8: print and out-of-home media	
12	100/05/02~ 100/05/08	Ch9: broadcast media	
13	100/05/09~ 100/05/15	Ch11: media planning and buying	
14	100/05/16~ 100/05/22	Final-report presentation	
15	100/05/23~ 100/05/29	畢業班期末考試週	
16	100/05/30~ 100/06/05		
17	100/06/06~ 100/06/12		
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		Advertising—principles and practice , 8th edition By Wells, Moriarty, and Burnett	
參考書籍			
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		◆平時考成績：10.0 % ◆期中考成績：30.0 % ◆期末考成績： % ◆作業成績： 20.0 % ◆其他〈期末報告〉：40.0 %	

備 考

「教學計畫表管理系統」網址：<http://info.ais.tku.edu.tw/csp> 或由教務處
首頁〈網址：<http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/>〉教務資訊「教學計畫
表管理系統」進入。

※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。