

淡江大學 99 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	張雍昇 Chang, Yong-sheng
	INTRODUCTION TO ADVERTISING		
開課系級	企管二P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMBXB2P		
學系(門)教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程將以一完整架構分別從廣告基礎、廣告企劃與策略、廣告媒體、廣告創意與設計以及廣告整合與效果評估等五大面向，說明廣告學的基礎概念與實務意涵。</p>		
	<p>This course will provide an overview of the broad field of advertising. This course also features an expanded historical discussion used to better explain how these concepts developed as the practice of marketing communication evolved. We will strive to develop both a detailed theoretical understanding of advertising and an appreciation of methodological perspectives that are foundational to this field.</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. 讓學生瞭解廣告學的基本理論，並具備規劃廣告方法之能力。 2. 藉由案例介紹各項廣告技巧，並說明廣告技巧的應用與延伸。	1. This course provides the capability of planning advertisement. 2. In addition to studying theory and practice of advertising, case presentations will provide you with simulated real world experience and practice in integrating the material we studied in the textbook.	C4	ABCDE

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. 讓學生瞭解廣告學的基本理論，並具備規劃廣告方法之能力。 2. 藉由案例介紹各項廣告技巧，並說明廣告技巧的應用與延伸。	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考、期末考

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~ 100/02/20	課程簡介	
2	100/02/21~ 100/02/27	廣告導覽	
3	100/02/28~ 100/03/06	廣告的行銷功能	
4	100/03/07~ 100/03/13	廣告與社會	
5	100/03/14~ 100/03/20	廣告如何產生效果	

6	100/03/21~ 100/03/27	消費者行為	
7	100/03/28~ 100/04/03	策略性研究	
8	100/04/04~ 100/04/10	策略規劃	春假
9	100/04/11~ 100/04/17	平面與戶外媒體	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	廣播與電視媒體	
12	100/05/02~ 100/05/08	網際網路及新興媒體	
13	100/05/09~ 100/05/15	媒體企劃與媒體購買	
14	100/05/16~ 100/05/22	廣告創意與訊息策略	
15	100/05/23~ 100/05/29	廣告文案寫作	
16	100/05/30~ 100/06/05	廣告設計與製作	
17	100/06/06~ 100/06/12	直效行銷	
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	陳尚永 編譯(2010), 廣告學(第8版), 華泰文化		
參考書籍			
批改作業 篇數	12 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：30.0 %    ◆期中考成績：20.0 %    ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： 20.0 % ◆其他〈 〉：        %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 <b>※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。</b>		