

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	曹修源 Tsao, Hsiu-yuan
	INTRODUCTION TO ADVERTISING		
開課系級	企管進學班三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TMBXE3P		
學系(門)教育目標			
<p>一、開發研究潛能。</p> <p>二、培養管理專業。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、產業取向與實務訓練。</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>課程講授包含廣告學基本概念、廣告的製作流程、廣告與行銷、消費行為、廣告與大眾傳播媒體、廣告創作、企劃實務、廣告運動，以及廣告製作調查習作等議題。介紹廣告產業的角色與運作方式。各種產品與服務在不同的條件限制下，將會導致不同的廣告策略與媒體策略。將依消費者的需求，介紹各種廣告製作方式與廣告類型。</p>		
	<p>Topics to be covered include advertising role in marketing communications and in marketing decisions; advertng environment and scope; advertising institutions , basic models of the communication process; advertising planning , campaign planning , message and media strategies and tactics; budgeting; measuring advertising effectiveness, internet advertising , societal impact of advertising and sales promotion strategies , sales promotion media, measuring of sales promotion effectiveness.</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. 培養學生對廣告的詮釋與解讀能力。 2. 練習廣告企劃製作的過程。 3. 培育關廣告就業相關的知識與技能	This course introduces students to the basic concepts of advertising and sales promotion and how business organisations and other institutions carry out such activities. The main objective is to enable students to grasp the main theoretical concepts and practical skills that will enable them to work effectively in an advertising /sales promotion department of any organisations.	C3	ABD

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. 培養學生對廣告的詮釋與解讀能力。 2. 練習廣告企劃製作的過程。 3. 培育關廣告就業相關的知識與技能	課堂講授、分組討論	報告、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&第1章 廣告導覽	
2	100/02/21~ 100/02/27	第2章 廣告的行銷功能	

3	100/02/28~ 100/03/06	第3章 廣告與社會	
4	100/03/07~ 100/03/13	第4章 廣告如何產生效果	
5	100/03/14~ 100/03/20	第5章 消費者行為	
6	100/03/21~ 100/03/27	第6章 策略性研究 & 第7章 策略規劃	
7	100/03/28~ 100/04/03	第8章 平面與戶外媒體	
8	100/04/04~ 100/04/10	第9章 廣播與電視媒體	
9	100/04/11~ 100/04/17	第10章 網際網路及新興媒體	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	第11章 媒體企劃與媒體購買	
12	100/05/02~ 100/05/08	第12章 廣告創意與訊息策略	
13	100/05/09~ 100/05/15	第13章 廣告文案寫作	
14	100/05/16~ 100/05/22	第14章 廣告設計與製作	
15	100/05/23~ 100/05/29	第16章 促銷、事件以及贊助 & 第17章 公共關係	
16	100/05/30~ 100/06/05	第18章 特殊廣告宣傳活動 & 第19章 效果評估	
17	100/06/06~ 100/06/12	期末專題報告	
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	
教材課本		陳尚永, 2010, 廣告學(Wells / Advertising: Principles and Practice), 八版, 台北: 華泰	
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: 20.0 % ◆期末考成績: 20.0 % ◆作業成績: 20.0 % ◆其他〈專題報告〉: 30.0 %	

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。