朝陽科技大學 092學年度第1學期教學大綱
Advertising Management 廣告管理

當期課號	1532	Course Number	1532
授課教師	莊世杰	Instructor	CHUANG,SHIN CHIEH
中文課名	廣告管理	Course Name	Advertising Management
開課單位	企業管理系(四日)三A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	本課程乃爲行銷管理之進階課程,課程目標在於使學生了解廣告活動在現代商業社會中的角色與運作,使學生了解各種廣告活動的型態,並藉由各種媒體設計廣告活動,在此課程中將以生動,實務的方式呈現廣告各相關理論與實務概念,以供學生之參考。	Objectives	Advertising Management is advanced level in marketing field. The goal of the course is primarily to guide new marketing students to understand the roles and operations of advertising in modern society. Students can differentiate among the forms of advertising media, and are capable of creating advertising for various media. We attempt to help students master the basic concepts and practices of Advertising Management in an enjoyable and practical way.
教材	1. 以學習者爲中心,採團隊學習方式,以6人爲一組 2. 上課前必需先預讀本週內容，時間之分配爲2小時的上課及1小時的理論應用報告。 3. 雙週報告:每組每隔一週需準備一份理論應用報告。 4. 期末廣告、促銷企劃書。	Teaching Materials	
成績評量方式	1. 上課發言成績及雙週報告成績20%(以組爲單位,評分以該組回答問題的 正確 性) 2. 出席成績 20%(以組爲單位,評分以該組內容是否與教授內 容相符) 3. 期末報告成績(團體成績) 20%(評分標準:情境描述具體詳盡、分析嚴謹、 結論與建議有理論根據與創見) 4.期中、期末考成績 40%	Grading	
教師網頁			
教學內容	本課程乃爲行銷管理之進階課程,主要的教學目的在於使學生吸收相關的廣告管理的知識,並懂得理論之應 用。本課程主要的重點在於讓學生了解有關於廣告的訊息是如何設計,一般廣告是如何引發消費者認同的手法爲何?以作爲進行銷推廣之廣告設計的主要概念,在此課程中將儘量呈現在實務上的廣告運用的手法,以供學生之參考。 週次 日期 授課內容 1 9/18 l 課程說明 ◎分組 2 9/25 CH1 整合行銷溝通簡介 3 10/2 CH2 整合行銷溝通在行銷過程中之角色 4 10/9 CH3 廣告與促銷:廣告代理商和其他行銷溝通代理角色 5 10/16 CH4消費者行爲的觀點 6 10/23 CH5 溝通程序 7 10/30 CH6訊息來源及溝通管道 8 11/6 CH7建立促銷計劃的目標與預算 9 11/13 期中考 10 11/20 CH8創意策略:計劃與發展	Syllabus	Advertising Management is advice level in marketing field.The goal of the course is primarily that takes an exciting new direction in its quest to guide new marketing students down the intriguing,discovery-laden road to learning Advertising Management . And we attempt to help students master the basic concepts and practices of Advertising Management in an enjoyable and practical way.Achiving this goal involves a constant context for the best balance among the "three pillars"that support the text ---theories and concepts,practice and applications,and pedagogy.

	11 11/27 CH9 創意策略:執行與評估 12 12/4 CH10媒體規劃和策略 13 12/11 CH11 傳播媒體評估 14 12/18 CH12 平面媒體評估 18 1/1 開國紀念日放假一天 16 1/8 廣告、促銷企劃案報告 17 1/15 廣告、促銷企劃案報告		

尊重智慧財產權，請勿非法影印。