朝陽科技大學 095學年度第1學期教學大綱
Copy Writing & Advertising 廣告文案與企劃

當期課號	1844	Course Number	1844
授課教師	邱順應	Instructor	
中文課名	廣告文案與企劃	Course Name	Copy Writing & Advertising
開課單位	視覺傳達設計系(四日)三A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	2	Credits	2
課程目標	1、了解廣告策略的各個相關面向 2、了解制定廣告策略的方法 3、了解如何評估廣告及其效果 4、結合理論與實務，令學生熟習廣告策略的制定與文案寫作	Objectives	1.This course firstly guides the students to know copywriter's role and functions in advertising agency and in the whole marketing communications mix. 2.This course secondly guides the students in conceptual thinking and writing on a variety of topics and media format(NP/MG/DM/TVCF).
教材	一.自編教材 二.參考書目 1. 張佩娟譯，廣告文案，五南出版，台北，民國87年。 2. 黃文博譯，如何寫好廣告文案，國家出版，台北，民國84年。 3. 楊梨鶴著，文案自動販賣機，商周出版，台北，民國81年。 4. 劉毅志譯，廣告寫作的藝術，滾石文化，台北，民國86年。 5. 黃慶萱著，修辭學，三民書局，台北，民國86年。 6. 張慧美著，廣告標語之語言風格研究，駱駝出版，台北，民國94年。 7. 路克蘇立文著，乞丐貓譯，文案發燒，商周出版，台北，民國89年。 三. 參考雜誌：廣告雜誌、誠品好讀、動腦雜誌。	Teaching Materials	
成績評量方式	形成性評量＋總結性評量 課堂參與及課堂演練：30% 課後作業：30% 期中提案：10% 期末提案（口頭部分）：10% 期末作品集：20%	Grading	Class participation & practice: 30% Individual Assignments: 30% Midterm Presentation: 10% Final Presentation (oral part): 10% Individual Portfolio: 20%
教師網頁			
教學內容	課程內容皆以廣告公司文案人員的職場需求出發，並以賞析、討論、演練的方式進行。期能從前端的企畫概念端到後端的廣告表現，都能讓文案功力更上層樓。以下爲課程之大致進度說明： 導論01：廣告文案的企畫與氣話。（文案與企畫） 導論02：廣告文案的商用與自用。（文案簡報） 導論03：廣告文案的策略與忽略。（文案策略） 案一01：廣告文案的芳香與方向。（產品命名） 案一02：廣告文案的結構與解構。（廣告文案構成） 案一03：廣告文案的分類與分工。（廣告文案類型） 案一04：廣告文案的長度與氣度。（短文案/長文案）	Syllabus	This theoretical and practical course guides the students in conceptual thinking and writing on a variety of advertising topics. Students are not only instructed in the basic principles and skills of copywriting but also take part in client-alike projects, such as product naming, concept-developing, slogan/catch writing, long-copy writing, and copy-testing etc.

	案一05：廣告文案的修辭與修養。（文字修辭） 案二01：廣告文案的遊戲與連繫。（文字遊戲） 案二02：廣告文案的創製與複製。（經典名句的創製與借用） 案二03：廣告文案的風氣與風格。（文案風格） 案二04：廣告文案的射門與守門。（文案品管流程） 案二05：廣告文案的回饋與迴響。（文案測試與說服）		

尊重智慧財產權，請勿非法影印。