朝陽科技大學 095學年度第2學期教學大綱
Advertising Design (2) 廣告設計(二)

當期課號	3470	**Course Number**	3470
授課教師	邱順應	**Instructor**	
中文課名	廣告設計(二)	**Course Name**	Advertising Design (2)
開課單位	視覺傳達設計系(二進)四A	**Department**	
修習別	選修	**Required/Elective**	Elective
學分數	2	**Credits**	2
課程目標	1、將廣告設計(一)課程所習之相關元素應用於不同廣告媒介，表現廣告設計豐富且多元化的世界 2、學習各種媒體擬定策略與設計的實務應用	**Objectives**	1.This advanced course firstly brings advanced advertising skills for both traditional an evolving media design. 2.Secondly, this course also tries to help students craft their own design portfolio on the higher level.
教材	1.自編教材 2.參考書目： Jewler Jerome A. (1988). “Creative Strategy in Advertising”, Wadsworth Publishing Company. Peterson, Bryan. (1996). “Using Design Basics to Get Creative Results”, North Light Books. 邱順應著，創意不正經，星定石文化，台北，民國90年。 邱順應譯，設計我的第2母語，滾石文化，台北，民國94年。 邱順應譯，不守規則創意，滾石文化，台北，民國89年。 邱順應譯，如何製作有效的廣告影片，滾石文化，台北，民國88年。 黃文博著，雞蛋裡挑骨頭，動腦傳播，民國89年。 莊淑芬譯，如何做廣告，滾石文化，台北，民國85年。	**Teaching Materials**	
成績評量方式	成績評量方式：課程參與30%（包括出席率與表現度），期中分組提案20%，期末分組提案 20%，期末整組作品集30%。	**Grading**	Class participation & practice: 30% Midterm Group Case Presentation: 20% Final Group Case Presentation: 20% Final Group Case Report: 30%
教師網頁			
教學內容	分上下學期的課，上學期主在個人演練，下學習則是分組實戰。上學期課程重點首在引領同學進入正規的廣告設計實務（摒除一些對廣告執行之認知偏念與片斷式的思維與執行），其次，指導同學跳出一般廣告設計的思維，而能有獨特創新的思維與作品。下學期課程則以時報廣告金犢獎之品牌爲規定品牌，演練及鍛鍊分組提案比稿的歷程與實力。上下學期課程大致皆以內容講授（powerpoint）、動腦遊戲以及案例演練三線進行。	**Syllabus**	This course guides the students in conceptual thinking and crafting their portfolio. (working on the visual and verbal arts of offering strong conceptually based work.). First semester try to bridge the distance of class practice and the“real”advertising design in ad agency or client relevant department, from the creative concept-setting to final rundown. Second semester will put more focus on the quality of ad performance(print ad & CF). Besides, class assignments will also link to Young Times Advertising Awards.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。