朝陽科技大學 095學年度第2學期教學大綱
Advertising Strategy Management 廣告策略管理與研究

當期課號	7057	Course Number	7057
授課教師	吳文貴	Instructor	WU,WEN KUEI
中文課名	廣告策略管理與研究	Course Name	Advertising Strategy Management
開課單位	企業管理系碩士班二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,本課程目標在於讓學生了解有關於廣告策略管理的相關理論與應用，使學生奠立廣告研究的基礎。在此課程中，將以個案、理論研討的方式，呈現廣告策略之規劃、執行與評估等理論與應用概念。	Objectives	Advertising Management is advanced level in marketing field. The goal of the course is primarily to guide students to learning the theories and applications of Advertising Strategy Management . We will use case studies and review literatures about advertising strategy to help students master the theoretical concepts and practices of Advertising planning, implementation, and evaluation.
教材	1.Wells, Moriarty & Burnett(2007), "Advertising：principles and practice", 7th ed., Pearson Education, Inc., New Jersey.(華泰代理) 2.張慧美，廣告標語之語言風格研究，駱駝出版。	Teaching Materials	1.Wells, Moriarty & Burnett(2007), "Advertising：principles and practice", 7th ed., Pearson Education, Inc., New Jersey.(華泰代理)
成績評量方式	70%：分組簡報、作業與上課參與 30%：學期分組報告	Grading	70%：Participation, Class assignments 30%：Term paper
教師網頁			
教學內容	第一篇 廣告基礎篇 3/7 第1章 廣告導覽 3/14 第3、2章 廣告與社會、廣告的行銷功能 第二篇 廣告企劃與策略篇 3/21 第4章 廣告如何運作 3/28 第5章 消費者行爲 4/4 第6、7章 策略性研究、策略規劃 第三篇 廣告媒體篇 4/11 第8章 平面與戶外媒體 4/18 第9章 廣播與電視媒體 4/25 第10章 互動媒體及新科技媒體 5/2 第11章 媒體企劃與媒體購買 第四篇 廣告訊息篇 5/9 第12章 廣告創意與訊息策略 5/16 第13章 廣告文案寫作 5/23 第14章 廣告設計與製作 第五篇 廣告整合與效果評估篇 5/30 第15章 直效行銷 6/6 第16章 促銷、事件、以及贊助 6/13 第17章 公共關係 6/20 第18章 特殊廣告情境 6/27 第19章 效果評估 每篇主題另有指定閱讀之期刊文章	Syllabus	Part I: Advertising Foundations ch1. Introduction to Advertising ch2. Advertising's Role in Marketing ch3. Advertising and Society Part II: Planning and Strategy ch4. How Advertising Works ch5. The Consumer Audience ch6. Strategic Research ch7. Strategic Planning Part III: Advertising Media ch8. Print and Out-of-Home Media ch9. Broadcast Media ch10. Interactive and Alternative Media ch11. Media Planning and Buying Part IV: Creative Advertising ch12. The Creative Side and Message Strategy ch13. Copywriting ch14. Design and Production Part V: Integration and Evaluation ch15. Direct Response ch16. Sales Promotion, Events, and Sponsorships ch17. Public Relations ch18. Special Advertising Situations ch19. Evaluation of Effectiveness

尊重智慧財產權，請勿非法影印。