朝陽科技大學 096學年度第1學期教學大綱
Advertising Design (1) 廣告設計(一)

當期課號	3460	**Course Number**	3460
授課教師	邱順應	**Instructor**	
中文課名	廣告設計(一)	**Course Name**	Advertising Design (1)
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、培養學生應用廣告企劃與策略學理的能力 2、認識廣告創意設計的方法與形成過程 3、了解廣告設計領域內各個相關元素及其關係，以便做出更有效益的廣告設計品	**Objectives**	1.This course is designed to mold talented students into creative-oriented and skilled advertising designers. To achieve that goal, it focuses on the creative-concept setting and various design skills. 2.Moreover, this course guides the students in conceptual thinking and art design on a variety of media, including outdoor, MG and CF.
教材	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	形成性評量＋總結性評量： 課程參與30%（包括出席率與平時作業表現度），期中提案 20%，期末提案 20%，期末作品集30%。	**Grading**	
教師網頁			
教學內容	分上下學期的課，上學期主在個人演練，下學期則是分組實戰。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等賽事之品牌爲規定品牌，演練及鍛鍊分組提案比稿的歷程與實力。	**Syllabus**	To bridge the gap of class practice and the “real” advertising design in ad agency or client, from the creative concept-setting to final rundown. Besides, class content will put more focus on five main topic: “format-oriented creativity”, “TV commercials”, “strategy-oriented creativity ”,“personalized persuasion”, and “artwork evolution”.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。