朝陽科技大學 097學年度第1學期教學大綱
Introduction to Advertising 廣告概論

當期課號	2166	Course Number	2166
授課教師	郭昭蘭	Instructor	KUO,CHAO LAN
中文課名	廣告概論	Course Name	Introduction to Advertising
開課單位	傳播藝術系(四日)一A	Department	
修習別	必修	Required/Elective	Required
學分數	2	Credits	2
課程目標	教學目標： 1.使學生了解廣告概念、廣告環境及各類廣告媒體 (知識) 2.能具備廣告原理及各類別媒體廣告之分析能力 (技能) 3.能具備廣告從業人員之專業態度 (態度) 4.能了解廣告領域之市場及發展應用情形(其他)	Objectives	1. Learn concepts in all kinds of advertising media and fields (knowledge) 2. Understand principles in the analysis of advertising media (skills) 3. Gain professional practitioners' attitude and understanding of craft (development) 4. Understand current advertising markets (other)
教材	蕭湘文(民94).廣告傳播. 台北:威仕曼文化. 鄭自隆主編(民91).廣告學原理. 台北:揚智文化. 陳尚永,蕭富峰譯(民95).廣告學.台北:華泰文化. 許安琪(民90).整合行銷傳播引論-全球化與在地化行銷大趨勢.台北:學富文化. 課堂講義 廣告雜誌 動腦雜誌	Teaching Materials	
成績評量方式	課堂討論與表現10% 各組廣告影片分析40% 期中考40% 平時作業10% 點名一次無故未到總平均扣二分 超過三次無故未到學期成績以不及格計 作業遲交一天打九折以此類推	Grading	Class discussion 10% Assignments 10% Advertising analysis 40% Mid-term 40%
教師網頁			
教學內容	本課程安排從廣告在行銷環節中扮演角色切入，並介紹整合行銷傳播之發展趨勢及現況，接著討論傳播與廣告間之關係。待廣告、行銷與傳播三者關係釐清後則進入廣告各單元之介紹，包括廣告產業現況，介紹台灣廣告業發展。在廣告類別單元，介紹不同用途之廣告內涵與特點。在廣告創意單元，介紹大師級廣告人對創意的不同看法、好廣告所具備之特點及不同之廣告表現方式。在廣告媒體單元，針對平面媒體、電子媒體、交通媒體及戶外媒體介紹其發展現況、運用該媒體進行廣告之特色及應注意事項。	Syllabus	This is an introduction course of the field of advertising.The students will know the interrelationships among advertising,marketing and consumers.Besides,this course also includes the following areas:advertising industry,advertising typologies,advertising creativity and advertising media.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。