朝陽科技大學 098學年度第2學期教學大綱
The Strategy and Planning of Advertising 廣告策略與企劃

當期課號	2267	**Course Number**	2267
授課教師	郭昭蘭	**Instructor**	KUO,CHAO LAN
中文課名	廣告策略與企劃	**Course Name**	The Strategy and Planning of Advertising
開課單位	傳播藝術系(四日)二A	**Department**	
修習別	選修	**Required/Elective**	Elective
學分數	2	**Credits**	2
課程目標	教學目標： 1.使學生了解具有新廣告稱號之整合行銷傳播之基本原理(知識) 2.能具備整合行銷傳播策略規劃及提案之能力 (技能) 3.能具備廣告業務從業人員之專業態度(態度) 4.能了解整合行銷傳播之發展應用情形(其他)	**Objectives**	1. Understand how adverstisements have broadened into integrated-marketing communications (of knowledge) 2. Use integrated-marketing communications strategies to develop proposals (skills) 3. Develop a professional advertising business manner (development) 4 . Understand how integrated-marketing communications have developed and influenced other areas (other)
教材	課堂講義 Don E. Schultz著 朝陽堂編譯(民91)，現代廣告概論:策略與實務。 台北: 新文京開發。 楊朝陽(民92)，廣告企劃。台北: 新文京開發。 Larry Percy著 王鏑,洪敏莉譯(民89)，整合行銷傳播策略:從企劃 ,廣告,促銷,通路到媒體整合。 台北:遠流。 黃治蘋(民97)，廣告企劃Step by Step。台北: 早安財經文化。	**Teaching Materials**	Schultz,D.E.(2002). Introduction to modern advertising:Strategy and practice. Yang,C.Y.(2003). The planning of advertising. Percy,L.(2000).Integrated marketing communication strategy. class teaching material
成績評量方式	課堂表現20% 企劃案 (口頭及書面)80% 點名未到一次扣總平均2分 點名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，兩天八折，以此類推	**Grading**	Class performance 20% Project 80%
教師網頁	_		
教學內容	廣告策略與企畫爲廣告之進階課程,學生需結合行銷,廣告,創意,消費者心理及行爲等領域之知識,並具備優秀之企畫能力,爲所指定之企業,產品或理念規畫完整之整合行銷傳播企畫案.	**Syllabus**	Advertising strategies & Planning takes a market-oriented approach to the total campaign. The course interrelates planning,creative and technical skills with emphasis on problem-solving and marketing communications.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。