朝陽科技大學 099學年度第1學期教學大綱
Integrated Marketing Communication 整合行銷傳播

當期課號	1463	Course Number	1463
授課教師	陳伯仲	Instructor	
中文課名	整合行銷傳播	Course Name	Integrated Marketing Communication
開課單位	行銷與流通管理系(四日)三A	Department	
修習別	必修	Required/Elective	Required
學分數	3	Credits	3
課程目標	1. 使學生具備整合行銷傳播之概念與理論。 2. 具備撰寫整合行銷傳播企劃書之能力。 3. 能分析國內、外市場現況，提供決策者有力資訊之能力。 4. 了解整合行銷傳播之發展應用情形，並將所學運用於工作中。	Objectives	1. To help students understand the principles of integrated marketing communications. 2. To improve the skills of planning 3. Provide information for the decision-maker to analyze for domestic and global market. 4. To help students understand the development and application of integrated marketing communications, than .
教材	整合行銷傳播－全方位理論架構與本土實務個案 作　　者／戴國良著 出版社別／五南 出版日期／ 2010/03/23 (2版 3刷) ISBN／978-957-11-4348-4	Teaching Materials	To Be Announced.
成績評量方式	1: 出席率 30% 期中考試 15% 平時成績（含競賽或證照、分組討論、課堂表現&態度、固定或臨時報告/作業） 40% 期末考試 15% 2. 出席率算法爲: 6次 以上未到者出席率爲0分。2次遲到，早退或請假者算缺席1次。 ** 課程進度視情況調整 **	Grading	Attendance: 30% Mid Term Exam: 15 % General Evaluation: 40 % Final Term Exam: 15 %
教師網頁			
教學內容	採課堂講授與個案研討方式交叉進行。先以投影片方式講解IMC內容；然後再由同學針對個案進行分組討論；並於課後進行行銷企劃實作。 一 課程介紹 二 中秋節 三 PART 1　整合行銷傳播(IMC)實務架構綜述篇; 分組討論/報告 四 PART 2　整合行銷傳播理論篇; 分組討論/報告 五 PART 3　行銷學重點內涵說明; 分組討論/報告 六 PART 3　行銷學重點內涵說明; 分組討論/報告 七 PART 4　電視媒體產業與廣告市場篇; 分組討論/報告 八 影片教學 ; 分組討論/報告 九 期中考 十 PART 5　廣告基礎理論、廣告公司運作、媒體發稿公司運作及廣告提案實例篇; 分組討論/報告 十一 PART 6　與IMC相關的行銷傳播工具篇（CH15）; 分組討論/報告 十二 PART 6　與IMC相關的行銷傳播工具篇（CH16）; 分組討論/報告	Syllabus	Introducing the concepts and methods of Integrated Marketing Communication (IMC). Upon completing this course, students should have knowledge of IMC and related database marketing techniques.

	十三 PART 6　與IMC相關的行銷傳播工具篇（CH17、CH18）; 分組討論/報告 十四 PART 6　與IMC相關的行銷傳播工具篇（CH19、CH20）; 分組討論/報告 十五 PART 7　整合行銷傳播(IMC)實例介紹篇（CH21、CH22）; 分組討論/報告 十六 PART 7　整合行銷傳播(IMC)實例介紹篇（CH23、CH24）; 分組討論/報告 十七 分組討論/報告 十八 期末考		

尊重智慧財產權，請勿非法影印。