朝陽科技大學 099學年度第1學期教學大綱
Advertising & Marketing 廣告行銷學

當期課號	1916	Course Number	1916
授課教師	郭昭蘭	Instructor	KUO,CHAO LAN
中文課名	廣告行銷學	Course Name	Advertising & Marketing
開課單位	視覺傳達設計系(四日)二A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	2	Credits	2
課程目標	本課程結合行銷與廣告二大領域,旨在教導學生認識商品之行銷環境,架構及流程,並特別注重廣告在行銷環節中扮演之角色,使學生對廣告的運作有更進一步了解.	Objectives	This course incorporates two fields of marketing and advertising. The purpose is to let students understand the environment, structure and process of marketing. The special emphasis is on the role advertising plays in the marketing process.
教材	曾光華(民93).行銷管理:理論解析與實務應用. 台北:前程企業. 蕭湘文(民98). 廣告傳播. 台北:威仕曼文化. 廣告 動腦	Teaching Materials	Tsen,K.H.(2004).Marketing Management:Theory and applications.Taipei:FCMC. Shaw,S.W.(2009).Advertising communications.Taipei:Wiseman Publishing.
成績評量方式	課堂討論20% 小組分組報告40% 期中報告20% 期末報告20% 無故缺席一次總平均扣二分 作業遲交一天打九折以此類推	Grading	Class discussion 20% Group presentation 40% Midterm project 20% Final project 20%
教師網頁	_		
教學內容	本課程結合行銷與廣告二大領域,以實例結合基礎觀念並教導學生認識商品之行銷環境,架構及流程,並特別注重廣告在行銷環節中扮演之角色,使學生對廣告的運作有更進一步了解.內容包含行銷核心觀點及其演進,消費者行爲,區隔與定位,行銷4P策略,廣告媒體.廣告策略與企畫等.	Syllabus	This course combines two areas of marketing and advertising. The main purpose is to understand the marketing environment of products. Besides,it emphasizes the role of advertising played in the marketing.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。