朝陽科技大學 099學年度第1學期教學大綱
International Advertising 國際廣告

當期課號	2084	Course Number	2084
授課教師	郭昭蘭	Instructor	KUO,CHAO LAN
中文課名	國際廣告	Course Name	International Advertising
開課單位	傳播藝術系(四日)三B	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	2	Credits	2
課程目標	教學目標： 1.使學生了解全球化趨勢下跨國廣告活動的起源與進行國際廣告應具備之觀念 (知識) 2.能具備分辨不同文化廣告風格之能力 (技能) 3.能具備國際化廣告從業人員之專業態度(態度) 4.能了解國際廣告之發展現況 (其他)	Objectives	1. Understand the development of international advertising within the context of globalization (knowledge) 2. Distinguish between different cultures' advertising styles (skills) 3. Develop the manner of international advertising practitioners (development) 4. Understand how international advertising has developed to this day (other)
教材	胡光夏(民91).國際廣告產業研究.台北:五南. De Mooij,M.(1998). Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes. London:Sage Publications,Inc. Mueller,B.(1996). International advertising.New York:Wadsworth Publishing Company. 課堂講義與各國廣告影片	Teaching Materials	De Mooij,M.(1998). Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes. London:Sage Publications,Inc. Mueller,B.(1996). International advertising.New York:Wadsworth Publishing Company.
成績評量方式	平時作業20% 課堂表現10% 期中報告30% 分組期末報告40% 點名一次未到總平均扣二分 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	Assignments 20% Class discussion 10% Midterm 30% Final 40%
教師網頁			
教學內容	本課程旨在使學生了解全球化趨勢下跨國廣告活動的起源、背景與現況，特別注重文化與廣告之關係，以探討不同國家廣告表現之異同。課程內容包括:國際貿易發展背景、跨國廣告集團的發展、國際行銷與廣告環境、跨國廣告策略:標準化策略與差異化策略、文化與價值觀、文化中的要素(1)語言 (2)非語言傳播、文化間傳播模式、文化的五個層面、價值觀的矛盾、不同文化的溝通風格、廣告訴求與文化層面的連結、不同文化的廣告風格。	Syllabus	The purpose of this class is to let students understand the trend of globalization. Under this trend,the beginning,background and current state of international advertising activities will be thoroughly discussed.This course includes the following areas: the development of global advertising groups,cultures and values,verbal language, nonverbal communication,intercultural communication, and advertising styles of different cultures.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。