

朝陽科技大學
100學年度第2學期教學大綱

當期課號	1942	中文科名	廣告文案與企劃
授課教師	邱順應	開課單位	視覺傳達設計系
學分數	2	修課時數	2
		開課班級	日間部四年制3年級 A班
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
具國際視野的設計思考能力。	✓				
視覺設計專案企劃、溝通與管理協調的能力。	✓				
美術描繪與插畫的技術及表現能力。			✓		
視覺設計相關的專業認知與實務設計能力。		✓			
數位媒體的視覺創意與整合企劃的能力。		✓			
數位媒體工具之執行技術能力。		✓			
專業倫理與社會責任的體認與重視。			✓		

本課程培養學生下列知識：

此課程主在引介廣告文案的各個構成元素及產製流程，進而透過實作與觀摩、賞析與討論，培養同學足以擔綱綜合廣告公司文案人員的能力。

- 1.真正了解文案企畫人員在廣告公司的創作流程與角色扮演
- 2.熟悉與釐清廣告文案的各個構成要素，及各要素之撰寫原則
- 3.從得獎作品之觀摩與析理中，掌握文案企畫與撰寫的要領
- 4.透過實際演練，學會各個廣告媒介（電視、廣播、報紙、DM等）的文案企畫與撰寫技巧。

This course firstly guides the students to know copywriter's role and functions in advertising agency and in the whole marketing communications mix. This course secondly guides the students in conceptual thinking and writing on a variety of topics and media format(NP/MG/DM/TVCF).

每週授課主題

- 第01週：文案的位階
- 第02週：文案的對象
- 第03週：文案的對象
- 第04週：文案的策略
- 第05週：文案的訴求
- 第06週：文案的創意
- 第07週：期中提案01
- 第08週：期中提案02
- 第09週：文案的概念
- 第10週：文案的要素
- 第11週：文案的修辭01
- 第12週：文案的修辭02
- 第13週：文案的紙本
- 第14週：文案的腳本
- 第15週：文案的風格
- 第16週：文案的舞台
- 第17週：期末提案01
- 第18週：期末提案02

成績及評量方式

- 期中考：25%
- 期末考：25%
- 學習態度：10%
- 平時作業及出席：40%

證照、國家考試及競賽關係

- 時報廣告金犢獎

■4A Yahoo 創意競賽

主要教材

2.廣告文案：創思原則與寫作實踐，邱順應著，智勝出版，2008。(教科書)

參考資料

書名：廣告大師韋伯楊的廣告傳奇 作者：林以德等譯 出版年(西元)： 出版社：滾石文化
書名：文案發燒 作者：乞丐貓譯 出版年(西元)： 出版社：商周出版
書名：廣告寫作的藝術 作者：劉毅志譯 出版年(西元)： 出版社：滾石文化
書名：歐格威談廣告 作者：洪良浩等譯 出版年(西元)： 出版社：哈佛管理叢書
書名：廣告文案 作者：張佩娟譯 出版年(西元)： 出版社：五南出版

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~sychiou/>

E-Mail：sychiou@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期三,第6節,地點:L-725;

星期二,第5~6節,地點:R-219;

星期三,第5節,地點:R-219;

分機:7835

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。