

**朝陽科技大學**  
**101學年度第2學期教學大綱**

當期課號	2119	中文科名	廣告策略與企劃
授課教師	郭昭蘭	開課單位	傳播藝術系
學分數	2	修課時數	2
		開課班級	日間部四年制2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
傳播專業理論運用與理解分析媒體之能力。		✓			
傳播實務企劃、製作與發展專案之能力。		✓			
團隊合作與實踐職業倫理之能力。			✓		
國際視野之全方位傳播專業能力。					✓

**本課程培養學生下列知識：**

整合行銷傳播企劃為商品及活動企劃的新趨勢，課程首先探討整合行銷傳播之基本原理，並以一品牌實際進行企畫案撰寫及提案演練，以使學生能具備全方位整合行銷傳播策略規劃及提案之能力。

- 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。
- 2.能具備整合行銷傳播策略規劃及提案之能力。
- 3.能具備廣告業務從業人員之專業態度。
- 4.能了解整合行銷傳播之發展應用情形。

The purpose of this course is To help students understand the principles of integrated marketing communications and improve the skills of planning and presenting integrated marketing communications strategies.

**每週授課主題**

- 第01週：課程介紹
- 第02週：環境分析:企業,消費者
- 第03週：環境分析:市場
- 第04週：環境分析:產品,競爭者
- 第05週：調查研究
- 第06週：SWOT分析
- 第07週：產品定位
- 第08週：客戶說明會
- 第09週：客戶說明會/期中考週
- 第10週：行銷4p策略
- 第11週：行銷傳播策略規劃
- 第12週：廣告創意策略
- 第13週：廣告媒體策略
- 第14週：廣告媒體策略
- 第15週：促銷,公關策略
- 第16週：效果評估
- 第17週：企劃提案
- 第18週：企劃提案

**成績及評量方式**

- 課堂表現：20%
- 提案技巧：30%
- 企劃案：50%

**證照、國家考試及競賽關係**

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

**主要教材**

- 1.吳家德,葉鳳強著(2012).整合行銷傳播:理論與實務.(教科書)

**參考資料**

書名：整合行銷傳播:理論與實務 作者：吳家德,葉鳳強 出版年(西元)：2012 出版社：五南

書名：廣告企 step by step 作者：黃治蘋 出版年(西元)：2008 出版社：早安財經文化

#### 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/~clkuo/>

E-Mail：[clkuo@cyut.edu.tw](mailto:clkuo@cyut.edu.tw)

Office Hour：

星期三,第3~4節,地點:D-705;

星期四,第3~4節,地點:D-705;

分機:4333

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。