

朝陽科技大學
101學年度第2學期教學大綱

當期課號	3067	中文科名	廣告管理
授課教師	邱桂堅	開課單位	企業管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	四年制3年級 A班
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
專業倫理與團隊合作態度。			✓		
自主學習與終身學習態度。			✓		
產業趨勢與國際視野洞察能力。		✓			
經營企劃與流程設計能力。	✓				
業務開拓能力。		✓			
經營診斷與顧問能力。			✓		
創意與創新規劃能力。	✓				

本課程培養學生下列知識：

本課程乃為行銷管理之進階課程,課程目標在於使學生了解廣告活動在現代商業社會中的角色與運作,使學生了解各種廣告活動的型態,並藉由各種媒體設計廣告活動,在此課程中將以生動,實務的方式呈現廣告各相關理論與實務概念,以供學生之參考。

- 1.具備廣告管理之基本概念。
- 2.瞭解廣告管理決策所需之專業知識。
- 3.瞭解廣告活動執行所需之技能。

Advertising Management is advanced level in marketing field. The goal of the course is primarily to guide new marketing students to understand the roles and operations of advertising in modern society. Students can differentiate among the forms of advertising media, and are capable of creating advertising for various media. We attempt to help students master the basic concepts and practices of Advertising Management in an enjoyable and practical way.

每週授課主題

- 第01週：課程說明
- 第02週：廣告.新聞與行銷概述
- 第03週：廣告活動意義.發展及分類
- 第04週：廣告組織的互動倫理
- 第05週：消費者感知與訴求
- 第06週：影響廣告效果的創意與表現
- 第07週：平面媒體廣告
- 第08週：戶外廣告
- 第09週：期中考
- 第10週：電子媒體廣告
- 第11週：媒體企劃與購買
- 第12週：廣告文案撰寫
- 第13週：廣告設計與製作
- 第14週：廣告規範與趨勢
- 第15週：全球與台灣廣告市場近況分享
- 第16週：廣告.公共關係.行銷與整合(案例分組討論)
- 第17週：行銷溝通(案例分組討論)
- 第18週：期末報告繳交

成績及評量方式

- 平時作業：20%
- 期中考：30%
- 期末報告(分組)：30%
- 出席率及LMS參與：20%

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.廣告學 劉典嚴 滄海圖書出版社 2008/09/01(教科書)
- 2.時事案例補充(教科書)
- 3.Marketing Management Philip Kotler & Kevin Lane Keller (廖本哲導讀)培生出版-2008(教科書)
- 4.廣告學 智勝出版社 蕭富峰.張佩娟.卓峰志 2010/7/出版(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

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://lms.cti.cyut.edu.tw/2006178>

E-Mail：cgc@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期三,第7~8節,地點:A-309;

星期五,第7~8節,地點:A-309;

分機:3018、3018

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。