

**朝陽科技大學**  
**103學年度第1學期教學大綱**

當期課號	1153	中文科名	廣告管理
授課教師	吳文貴	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	日間部四年制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。				✓	
管理問題辨識與分析能力。				✓	
創意與創新能力。		✓			
流程企劃與分析能力。		✓			
行銷與業務能力。				✓	

**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.使學生了解廣告活動在現代商業社會中的角色與運作。
- 2.使學生了解各種廣告活動的型態。
- 3.使學生了解廣告管理相關理論與實務運作。

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：何謂廣告
- 第02週：廣告組織與經營
- 第03週：廣告訊息策略
- 第04週：USP
- 第05週：廣告說服策略
- 第06週：廣告說服策略
- 第07週：廣告表現手法
- 第08週：廣告表現手法
- 第09週：實作作業一（期中考）
- 第10週：整合行銷溝通
- 第11週：廣告執行企劃
- 第12週：廣告媒體與媒體策略
- 第13週：其他廣告媒體
- 第14週：廣告與推廣組合
- 第15週：廣告效果測定與評估
- 第16週：作品展示
- 第17週：作品展示
- 第18週：作品展示

**成績及評量方式**

- 平時作業：40%
- 廣告策略規劃：30%
- 廣告製作企劃：30%

**證照、國家考試及競賽關係**

- 時報金犢獎

## 主要教材

- 1.呂冠瑩，廣告學：管理、策略、創意，2008初版，新文京開發出版。(教科書)
- 2.Wells, Moritaty, Burnett(2006)原著，陳尚永編譯，廣告學(Adertising: Principles and Practice), 八版，華泰出版。(教科書)
- 3.蕭富峰、張佩娟、卓峰志，廣告學，2010初版，智勝文化。(教科書)

## 參考資料

本課程無參考資料!

## 建議先修課程

- 1.行銷管理

## 教師資料

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

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

Office Hour：

星期一,第5~6節,地點:T2-1038;

星期四,第3~4節,地點:T2-1038;

分機:7688

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。