

朝陽科技大學
103學年度第2學期教學大綱

當期課號	2159	中文科名	整合行銷傳播企劃
授課教師	黃治蘋	開課單位	傳播藝術系
學分數	2	修課時數	2
修習別	專業選修	開課班級	日間部四年制2年級 B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
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。	✓				
國際視野之多元傳播專業能力。		✓			

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：什麼是廣告？甚麼是整合行銷
- 第02週：整合行銷傳播的核心概念
- 第03週：如何發展整合行銷策略(1)
- 第04週：整合行銷傳播企劃模式與策略思考
- 第05週：如何發展整合行銷策略(2)
- 第06週：整合行銷傳播關鍵步驟(如何界定顧客群)
- 第07週：如何發展整合行銷策略(3)
- 第08週：整合行銷傳播關鍵步驟(如何了解與管理消費者)
- 第09週：如何發展整合行銷策略
- 第10週：整合行銷傳播關鍵步驟(如何制定傳播策略)
- 第11週：如何發展整合行銷策略(5)
- 第12週：整合行銷傳播關鍵步驟(品牌管理、評估與執行分析)
- 第13週：整合行銷傳播工具與組合
- 第14週：行銷工具介紹：小組報告
- 第15週：行銷工具介紹：小組報告
- 第16週：行銷工具介紹：小組報告
- 第17週：大比稿
- 第18週：大筆稿

成績及評量方式

- 期 中報告：45%
- 團體作業：45%
- 平常成績：10%

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. 書名：廣告企劃Step by Step 作者：黃治蘋 出版社：早安財經 (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://www.cyut.edu.tw/~aprilhwan/>

E-Mail：aprilhwan@gmail.com

Office Hour：

分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。