

**朝陽科技大學**  
**103 學年度第 2 學期教學大綱**

當期課號	7049	中文科名	廣告策略管理與研究
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	日間部碩士班2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。		✓			
經營診斷能力。			✓		
創新策略與經營模式之規劃與執行能力。	✓				

**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.具備廣告管理決策之基本概念。
- 2.瞭解廣告規劃與決策所需之專業知識。
- 3.瞭解廣告活動管理所需之技能。

Advertising Management is advanced level in marketing field. The goal of the course is primarily to guide students to learning the theories and applications of Advertising Strategy Management . We will use case studies and review literatures about advertising strategy to help students master the theoretical concepts and practices of Advertising planning, implementation, and evaluation.

**每週授課主題**

- 第01週：何謂廣告
- 第02週：廣告與行銷
- 第03週：廣告與消費行為
- 第04週：廣告心理原理
- 第05週：廣告說服策略
- 第06週：實作作業一：廣告規劃與策略論文研析
- 第07週：廣告媒體資源與規劃
- 第08週：廣告創意設計
- 第09週：實作作業二：廣告活動企劃分析
- 第10週：平面廣告
- 第11週：作品評析
- 第12週：電視廣告
- 第13週：作品評析
- 第14週：實作作業三：廣告效果論文研析
- 第15週：網路與互動廣告
- 第16週：廣告企劃實務
- 第17週：作品評析
- 第18週：實作作業四：整合行銷溝通期末報告

**成績及評量方式**

出席：40%  
作業：60%

**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.蕭富峰、張佩娟、卓峰志，廣告學，2010初版，智勝文化。(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.戴國良，廣告學：策略、經營與廣告個案實例，鼎茂出版。(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3~4節,地點:T2-1038;

星期四,第8~9節,地點:T2-1038;

分機:7688、7688

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。