

朝陽科技大學
105學年度第1學期教學大綱

當期課號	2163	中文科名	廣告行銷學
授課教師	賴孟陽	開課單位	視覺傳達設計系
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能力指標關聯度：

核心能力	能力指標	關聯度		
		高度關聯	中度關聯	低度關聯
創意思考與問題解決能力	收集相關資料，分析並且瞭解客戶或市場的需求。	✓		
專業倫理與團隊協調能力	能團隊合作，擅長溝通且有應變能力。	✓		
數位媒體應用與整合能力	評估、規劃及運用網路、數位廣告及社群媒體，以執行設計策略。		✓	
專業知識與實務執行能力	執行各種傳播媒體的企劃以及美術設計製作。	✓		
專案企劃與設計管理能力	運用及評估與市場相關的資訊，並且擬定整體的行銷策略。	✓		

本課程培養學生下列知識：

本課程結合行銷與廣告二大領域，旨在教導學生認識商品之行銷環境、架構及流程，並特別注重廣告在行銷環節中扮演之角色。

- 1.使學生了解行銷概念、行銷4P架構及瞭解消費者行為，進而認識廣告在行銷環節中之運作情形(知識)。
- 2.能具備行銷原理、廣告原理、4P策略及廣告媒體策略之應用(技能)。
- 3.能具備廣告行銷從業人員之專業態度(態度)。

This course incorporates two fields of marketing and advertising. The purpose is to let students understand the environment, structure and process of marketing. The special emphasis is on the role advertising plays in the marketing process.

每週授課主題

- 第01週：課程內容介紹，暖身，認識
- 第02週：行銷4P 1 定義，關係，互動講解
- 第03週：行銷4P 2 案例講解及其他
- 第04週：消費者行為與廣告的關係
- 第05週：廣告的5個基礎元素：策略 原創 關聯 執行 娛樂
- 第06週：廣告與行銷的關係及其種類
- 第07週：廣告的工種：廣告分工與職位介紹
- 第08週：定位：案例愛維士租車的老二定位
- 第09週：期中考試
- 第10週：洞察：從表象裡找出獨特真誠的見解
- 第11週：我也是的產品及廣告中的情感
- 第12週：廣告中的規格化：P&G和麥當勞
- 第13週：原創是什麼？什麼是創意？討論課
- 第14週：廣告中的3B行銷
- 第15週：泛亞電信業務員vs全聯先生
- 第16週：整體行銷解決方案 1
- 第17週：整體行銷解決方案 2
- 第18週：期末考試

成績及評量方式

- 課堂互動：30%
- 期中考試：30%
- 期末考試：30%
- 老師印象裁量：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.根據課程自製相應內容的PPT(自製教材)

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/~/>

E-Mail：@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期二,第5~6節,地點:R-254;

星期四,第5~6節,地點:R-254;

分機:4361

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。