朝陽科技大學
105學年度第2學期教學大綱

當期課號	2134			中文科名	廣告概論
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	開課班級	日間部四年制1年級 A班
修習別	專業必修				
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	高度關聯	中度關聯	低度關聯
傳播專業理論運用與理解分析媒體之能力	訊息思辨	✔		
傳播專業理論運用與理解分析媒體之能力	傳播理論與實務之認知	✔		
團隊合作與實踐職業倫理之能力	人際溝通	✔		
國際視野之多元傳播專業能力	了解影像的多元涵義		✔	
國際視野之多元傳播專業能力	廣告全球化環境認知	✔		

本課程培養學生下列知識：

廣告領域之入門課程，首先探討廣告與行銷及傳播之關係，繼而介紹廣告的分類方式及創意表現手法，再分析各類不同廣告媒體的現況與特色。

1.使學生了解廣告概念、廣告環境及各類廣告媒體。
2.能具備廣告原理及各類別媒體廣告之分析能力。
3.能具備廣告從業人員之專業態度。
4.能了解廣告領域之市場及發展應用情形。

This course will help students understand the relationships between the fields of advertising, marketing and communications. Students can learn concepts in all kinds of advertising media and fields and understand principles in the analysis of ads.

每週授課主題

第01週：課程介紹 /什麼是廣告？
第02週：廣告策略的流程
第03週：環境分析：消費者分析
第04週：環境分析：產品分析
第05週：環境分析：產品分析
第06週：環境分析：市場分析
第07週：廣告研究
第08週：設定廣告目標
第09週：定位與目標消費群
第10週：期中考
第11週：怎樣才是好廣告
第12週：創意策略(1)：廣告訴求
第13週：創意策略(2)：創意表現，尋找大創意
第14週：媒體策略
第15週：整合行銷的運用
第16週：廣告效果評估
第17週：期末大比稿
第18週：期末大比稿

成績及評量方式

期中作業：45%
期末大比稿：40%
課堂表現：15%

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.廣告企劃Step by Step黃治蘋早安財經(教科書)
2.廣告學蕭富峰,張佩娟,卓峰志台北:智勝(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：
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。