朝陽科技大學
105學年度第2學期教學大綱

當期課號	2161	中文科名	整合行銷傳播企劃
授課教師	張文亭	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	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	傳播理論與實務之認知	✔		
傳播實務企劃、製作與發展專案之能力	企畫案撰寫與執行	✔		
團隊合作與實踐職業倫理之能力	態度呈現	✔		
團隊合作與實踐職業倫理之能力	人際溝通	✔		

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：課程介紹
第02週：環境分析:企業,消費者,市場
第03週：環境分析:傳統媒體vs新媒體
第04週：環境分析:全媒體的循環概念
第05週：調查研究
第06週：SWOT分析
第07週：產品定位
第08週：客戶說明會
第09週：客戶說明會/期中考週
第10週：行銷4p策略
第11週：行銷傳播策略規劃
第12週：媒體參訪
第13週：媒體策略
第14週：媒體策略
第15週：促銷,公關策略
第16週：效果評估
第17週：企劃提案
第18週：企劃提案

成績及評量方式

課堂表現：20%
提案技巧：30%
企劃案：50%

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.吳家德,葉鳳強著(2012).整合行銷傳播:理論與實務.(教科書)

參考資料

書名： 作者： 出版年(西元)： 出版社：

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.memepr.com
E-Mail： 991ting@gmail.com
Office Hour：
分機:

[關閉] [列印]

尊重智慧財產權，請勿不法影印。