

朝陽科技大學
105學年度第2學期教學大綱

當期課號	3372	中文科名	整合行銷傳播企劃
授課教師	郭昭蘭	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	四年制2年級 A班
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：2/24課程介紹
- 第02週：3/3環境分析:企業,消費者/分組
- 第03週：3/10環境分析:市場
- 第04週：3/17環境分析:產品,競爭者
- 第05週：3/24調查研究
- 第06週：3/31SWOT分析
- 第07週：4/7產品定位
- 第08週：4/14客戶說明會
- 第09週：4/21客戶說明會/期中考週
- 第10週：4/28行銷4p策略
- 第11週：5/5行銷傳播策略規劃
- 第12週：5/12廣告創意策略
- 第13週：5/19廣告媒體策略
- 第14週：5/26廣告媒體策略
- 第15週：6/2促銷,公關策略
- 第16週：6/9效果評估
- 第17週：6/16企劃提案
- 第18週：6/23企劃提案

成績及評量方式

- 學習態度及出席：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.整合行銷傳播:理論與實務.葉鳳強,吳家德五南2014(教科書)
- 2.整合行銷傳播:全方位理論架構(第3版)戴國良五南2012(教科書)
- 3.整合行銷傳播:理論與實務王全裕揚智2015(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/~clkuo/>

E-Mail：clkuo@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期二,第3~4節,地點:D-114;

星期四,第2~3節,地點:D-114;

分機:7331、4333

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。