朝陽科技大學
107學年度第1學期教學大綱

當期課號	2144			中文科名	廣告心理
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	開課班級	日間部四年制2年級 B班
修習別	專業選修				
類別	一般課程				

本課程培養學生下列知識：

廣告心理為一門運用心理學原理以探討消費者內在意識的課程，首先介紹廣告心理學的發展背景及各項心理學基本原理，繼而培養學生運用心理學原理以分析廣告之能力。

1.了解消費者心理及心理學基本原理。
2.具備應用心理學基本原理至廣告之分析能力。
3.具備消費者調查及廣告研究從業人員之專業態度。
4.了解廣告心理領域之發展應用情形。

The purpose of this course is to understand the basic principles of consumer psychology and the psychological factors in the development of ads. The students will be able to apply the basic principles of psychology to advertising analysis.

每週授課主題

第01週：課程介紹
第02週：廣告與心理學之關係
第03週：廣告訴求的根源: 動機
第04週：知覺歷程:閱聽人如何處理廣告訊息
第05週：學習與消費行為
第06週：學習理論:行為主義學派(一) 古典制約理論
第07週：(二)工具制約理論
第08週：(三)替代性學習
第09週：期中考周交期中報告
第10週：閱聽人的說服歷程
第11週：精緻可能性說服模式 ELM Model
第12週：廣告引發的情感
第13週：情緒反應的現象
第14週：不同族群消費心理
第15週：分組報告
第16週：分組報告
第17週：分組報告
第18週：期末考周交期末報告

成績及評量方式

期末報告：40%
課堂討論：20%
期中報告：30%
學習態度及出席：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.錢玉芬(2008).傳播心理學.台北:威仕曼.(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：
星期一,第3~4節,地點:D-705;
星期四,第3~4節,地點:D-705;
分機:4333

[關閉] [列印]
尊重智慧財產權，請勿不法影印。