

朝陽科技大學
108學年度第1學期教學大綱

當期課號	7044	中文科名	廣告策略管理研討
授課教師	吳文貴	開課單位	企業管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	日間部碩士班1年級 A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：

本課程乃為行銷管理之進階課程,課程目標在於使學生了解廣告活動在現代商業社會中的角色與運作,使學生了解各種廣告活動的型態,並藉由各種媒體設計廣告活動,在此課程中將以生動,實務的方式呈現廣告各相關理論與實務概念,以供學生之參考。

- 1.具備廣告管理決策之基本概念
- 2.瞭解廣告規劃與決策所需之專業知識
- 3.瞭解廣告活動管理所需之技能

Advertising Management is advanced level in marketing field. The goal of the course is primarily to guide students to learning the theories and applications of Advertising Strategy Management . We will use case studies and review literatures about advertising strategy to help students master the theoretical concepts and practices of Advertising planning, implementation, and evaluation.

每週授課主題

- 第01週：何謂廣告
- 第02週：廣告與行銷
- 第03週：廣告與消費行為
- 第04週：廣告心理原理
- 第05週：廣告說服策略
- 第06週：實作作業一：廣告規劃與策略論文研析
- 第07週：廣告媒體資源與規劃
- 第08週：廣告創意設計
- 第09週：實作作業二：廣告活動企劃分析
- 第10週：平面廣告
- 第11週：廣播廣告
- 第12週：電視廣告
- 第13週：文案寫作
- 第14週：實作作業三：廣告效果論文研析
- 第15週：網路行銷
- 第16週：網路廣告
- 第17週：社群廣告
- 第18週：實作作業四：行銷廣告研究計畫

成績及評量方式

- 出席：40%
作業：60%

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.蕭富峰、張佩娟、卓峰志，廣告學，2010初版，智勝文化。(教科書)
2. Advertising & IMC: Principles and Practices Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, William Wells 華泰書局9789576099915201510(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

- 1.行銷管理

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~wenkuei/>

E-Mail：wenkuei@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期一,第7~8節,地點:T2-1038;

星期六,第5~6節,地點:T2-1038;

分機:7688

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。