

朝陽科技大學
110學年度第2學期教學大綱

當期課號	2124	中文科名	廣告概論
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1年級 A班
修習別	專業必修		
類別	一般課程		

本課程培養學生下列知識：

此課程為廣告領域之入門課程，首先探討廣告與行銷及傳播兩大領域之關係，繼而介紹廣告產業、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，以使同學能對廣告領域各項重要觀念與產業現況有完整的了解。

- 1.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. We will discuss several key topics related to the advertising industry. Students can learn important concepts in the field of advertising and understand principles in the analysis of ads.

每週授課主題

- 第01週：課程介紹/教學目標與學習要求/說明廣告創意發表作業
- 第02週：行銷溝通與廣告(1)行銷/廣告基本概念/廣告在行銷中之功效/廣告職涯思考與探索/分組
- 第03週：行銷溝通與廣告(2)整合行銷傳播概念/分組討論活動1: 品牌接觸圖繪製
- 第04週：廣告與傳播(1)大眾傳播基本模式/廣告溝通模式/廣告效果
- 第05週：廣告與傳播(2)全觀效果模式/分組討論活動2:全觀效果模式應用
- 第06週：廣告類型/繳交廣告職業視窗六宮格個人作業
- 第07週：各類型廣告特性與案例介紹
- 第08週：台灣廣告產業發展與代理商制度/廣告公司組織
- 第09週：期中考周/如何在廣告職涯中找到自己的定位
- 第10週：廣告創意
- 第11週：廣告創意策略發展流程
- 第12週：從創意策略到創意概念/廣告創意表現
- 第13週：廣告創意大師理念
- 第14週：台灣廣告媒體發展
- 第15週：台灣廣告媒體發展背景與現況
- 第16週：傳統媒體廣告
- 第17週：新興媒體廣告
- 第18週：期末考週

成績及評量方式

- 期末考：30%
- 廣告創意發表：30%
- 平時作業：20%
- 課堂討論活動與出席：20%

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.廣告學 蕭富峰,張佩娟,卓峰志台北:智勝2020(教科書)
- 2.廣告策略與管理鄭自隆華泰文化2015(教科書)
- 3.廣告學概論呂冠瑩前程2015(教科書)
- 4.廣告學Moriarty 等著,陳尚永編譯華泰文化202011(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;

星期三,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。