

102-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	廣告行銷企劃	科目序號 / 代號	3062 / VDD2087
開課系所	視覺傳達設計學系	學制 / 班級	大學日間部2年2班
任課教師	陳昱君	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 2	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(四)12 / G504	授課語言別	中文

課程簡介

行銷管理、專業銷售、行銷傳播、市場分析研究、零售與通路管理領域，並結合廣告設計服務產業中，創意服務與行銷服務雙核心價值的訓練，讓學生能有廣告行銷的基本原則以及概念並循序漸進教導學生企劃整合行銷傳播的方案與策略。

課程大綱

1. 認識行銷企劃人的特質及主管的職責
2. 策略思考的核心原則、策略分析的理論模式
3. 行銷管理概論
4. 行銷的策略思考市場定位
5. 專案管理
6. 企業形象識別與媒體設計
7. 創意思考及溝通技巧
8. 行銷目標
9. 行銷策略
10. 廣告與消費者
11. 廣告媒體
12. 廣告企劃
13. 專業經理人實務案列分享
14. 行銷案例練習及討論完成新品行銷企劃案

基本能力或先修課程

無

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  媒體整合能力
-  獨特創造力
-  宏觀視野
-  主動積極態度
-  社會關懷

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
媒體整合能力	15%	媒體實作能力 專案分析與企劃能力 跨領域整合能力 作品展示與行銷能力 具備視覺藝術思辨能力 與美學判斷力	講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報 告	期中考: 20% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	15
獨特創造力	15%	想像力與創意思考 執行與表現能力 具備構思、發展與完成 創作計畫之能力 具備藝術創作之觀念與 思辨能力	講述法 小組討論 小組合作 學生上台報 告 專題報告	期中考: 20% 期末考: 30% 作業: 10% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	15
宏觀視野	10%	設計藝術類外語之聽讀 說寫能力 國際設計藝術相關新知 之涉獵 國際設計藝術相關競賽 之參與 具備基本藝術人文素養	講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報 告	期中考: 20% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	10
主動積極態度	20%	上課出席率 主動發現問題與解決問 題的能力 抗壓性	講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報 告	期中考: 20% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	20
社會關懷	15%	社會議題觀察與思辨能 力 對社會公益活動的關注 與支持 重視並參與人文關懷之 態度 重視並參與本土在地關 懷之態度 重視並參與藝術生態關 懷之態度 尊重多元文化與族群融 合之態度	講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報 告	期中考: 20% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	15

E化時代的知識學習	10%	了解社會脈動的能力 數位科技學習與應用的能力 數位創新與發展能力 具備基本資訊處理能力	講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 20% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	10
負責任的團隊	15%	與人溝通表達的能力 課中與教師同儕互動的能力 人際關係相處的能力 團隊合作的能力	講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	期中考: 20% 期末考: 30% 作業: 10% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	15

成績稽核

期末考: 30%
 期中考: 20%
 書面報告: 20%
 作業: 10%
 課程參與度: 10%
 課堂討論: 7%
 口頭報告: 3%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教科書				

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
廣告學	蕭富峰．張佩娟．卓峰志		智勝	2011
行銷學	林建煌		華泰文化	2011
關於廣告學的100個故事	陳勝光		宇河文化	2008
廣告大師奧格威：未公諸於世的行銷創意選集	大衛．奧格威	莊淑芬	天下文化	2007
哈佛最受歡迎的行銷課	揚米．穆恩	羅雅萱 吳四明	先覺	2011

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程介紹/從說好故事開始 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	60	0	20	0	20
2	認識行銷管理與廣告企劃人	60	0	20	0	20
3	一窩風的市場	60	0	20	0	20
4	找出具消費力的顧客	60	0	20	0	20
5	商品之外的事	60	0	20	0	20
6	掌握通路系統	60	0	20	0	20
7	店面魅力管理	60	0	20	0	20
8	期中發表	20	0	60	0	20
9	期中發表	20	0	60	0	20
10	尋找大創意	60	0	20	0	20
11	發送一則有效的訊息	60	0	20	0	20
12	圖片+文字的交互作用	60	0	20	0	20
13	廣告執行與製作	60	0	20	0	20
14	企劃書撰寫	60	0	20	0	20
15	打造英雄產品	60	0	20	0	20
16	塑造企業形象	60	0	20	0	20
17	期末報告	20	0	60	0	20
18	期末報告	20	0	60	0	20