

## 103-2 大葉大學 完整版課綱

基本資料			
課程名稱	廣告學	科目序號/代號	1316 /IRM3017
必選修/學分數	選修 /3	上課時段/地點	(一)567 /B403
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	汪睿祥 / 專任	畢業班/非畢業班	非畢業班
學制/系所/年班	大學日間部 / 人力資源暨公共關係學系 / 2年1班		

課程簡介與目標
<p>本系課程分基礎課程(Basic), 進階課程(Advanced), 實務課程(Practical), 在進階課程中輔以組織溝通課程(Communication)與關係管理課程(Relationships)。本課程屬於組織溝通科目。</p> <p>課程主題</p> <p>廣告規劃發展與製作</p> <p>目的：</p> <p>培育學生關係經營能力</p> <p>提高學生行銷公關的專業知能與創意</p> <p>訓練學生將想法付諸實行的能力</p> <p>幫助建立學生企業倫理觀念</p>


課程大綱
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 導論</li> <li>2 廣告閱聽人心理與行為</li> <li>3 廣告創意管理 (一)</li> <li>4 廣告創意管理 (二)</li> <li>5 媒體管理</li> <li>6 廣告代理商管理</li> <li>7 廣告企劃</li> <li>8 廣告效果評估</li> <li>9 法規與倫理</li> <li>10 廣告與社會</li> </ol>


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

商管與資訊能力

人力資源管理選、用、育、留之規劃與執行之基礎能力

 公共關係作業能力

 解決問題能力

 企業社會責任意識與執行能力

---

## 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 】
公共關係作業能力	30	具備公共關係的理論知識 能寫作組織溝通文件 能執行商業簡報 能協助組織發展與利害關係人的關係 能與員工同事建立良好的關係	講述法 個案討論	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 20%	加總: 100	30
解決問題能力	50	能清楚說明問題 具有歸納與分析, 撰寫問題診斷與確認替代方案的能力 能判斷組織內外關係中的資源與用途 能將相關課程知識應用於課堂之練習與實作	講述法 個案討論 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 20%	加總: 100	50
企業社會責任意識與執行能力	20	能辨認組織利害關係人及其利益與需求 能協助組織發展與利害關係人的關係 能規畫執行企業社會責任方案	講述法 個案討論 學生上台報告	期中考: 25% 期末考: 25% 作業: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 20%	加總: 100	20

## 成績稽核

期中考: 25%  
 期末考: 25%  
 口頭報告: 20%  
 作業: 20%  
 課程參與度: 10%

## 書籍類別 (尊重智慧財產權, 請用正版教科書, 勿非法影印他人著作)

書籍類別	書名	作者
教科書	廣告策略與管理	鄭自隆

## 上課進度

週次	教學內容	教學策略
1	課程介紹，導論 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	講述法、個案討論
2	第二章，閱聽人的心理與行為	講述法、個案討論
3	第二章，閱聽人的心理與行為	講述法、個案討論
4	第三章 廣告創意管理一	講述法、個案討論
5	第三章 廣告創意管理一	講述法、個案討論
6	第四章 廣告創意管理二	講述法、個案討論
7	第四章 廣告創意管理二	講述法、個案討論
8	期中報告	學生上台報告
9	期中考	考試
10	第五章 媒體管理	講述法、個案討論
11	第六章 廣告代理商管理	講述法、個案討論
12	第七章 廣告企劃	講述法、個案討論
13	第八章 廣告效果評估	講述法、個案討論
14	第八章 廣告效果評估	講述法、個案討論
15	第九章 法規與倫理	講述法、個案討論
16	第十章 廣告與社會	講述法、個案討論
17	期末報告	學生上台報告
18	期末考	考試