

103-2 大葉大學 完整版課綱

基本資料			
課程名稱	廣告行銷企劃	科目序號/代號	3120 /VDD2087
必選修/學分數	選修 /2	上課時段/地點	(四)56 /G508
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	陳昱君 / 兼任	畢業班/非畢業班	非畢業班
學制/系所/年班	大學日間部 / 視覺傳達設計學系 /2年1班		

課程簡介與目標

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	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 媒體實作能力 專案分析與企劃能力	講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞	期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 10% 課堂討論: 20% 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 影片欣賞 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 10% 課堂討論: 20% 課程參與度: 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 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 10% 課堂討論: 20% 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 培養解決問題的能力 專業知識能力	講述法 小組討論 小組合作 影片欣賞 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 10% 課堂討論: 20% 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 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 10% 課堂討論: 20% 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 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 10% 課堂討論: 20% 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 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 10% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	15

成績稽核

期中考: 20%
 期末考: 20%
 課堂討論: 20%
 書面報告: 20%
 作業: 10%
 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
參考教材及專業期刊導讀	廣告學	蕭富峰、張佩娟、卓峰志
參考教材及專業期刊導讀	行銷學	林建煌
參考教材及專業期刊導讀	關於廣告學的100個故事	陳勝光
參考教材及專業期刊導讀	廣告大師奧格威：未公諸於世的行銷創意選集	大衛．奧格威
參考教材及專業期刊導讀	哈佛最受歡迎的行銷課	揚米．穆恩
參考教材及專業期刊導讀	史丹佛改造人生的創意課	感玩團隊
參考教材及專業期刊導讀	大腦拒絕不了的行銷	羅傑．杜利

上課進度

週次	教學內容	教學策略
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)	講述法、 小組討論、 小組合作
2	認識行銷管理與廣告企劃人	講述法、 小組討論、 小組合作
3	一窩風的市場	講述法、 小組討論、 小組合作
4	找出具消費力的顧客	講述法、 小組討論、 小組合作
5	商品之外的事	講述法、 小組討論、 小組合作
6	掌握通路系統	講述法、 小組討論、 小組合作
7	店面魅力管理	講述法、 小組討論、 小組合作
8	促銷活動與事件行銷	講述法、 小組討論、 小組合作
9	期中發表	專題報告
10	尋找大創意	講述法、 小組討論、 小組合作、 影片欣賞
11	發送一則有效的訊息	講述法、 小組討論、 小組合作、 影片欣賞
12	圖片+文字的交互作用	講述法、 小組討論、 小組合作、 影片欣賞
13	廣告執行與製作	講述法、 小組討論、 小組合作、 影片欣賞
14	企劃書撰寫	講述法、 小組討論、 小組合作
15	打造英雄產品	講述法、 小組討論、 小組合作
16	塑造企業形象	小組討論、 小組合作
17	公關策劃與危機管理技巧	講述法、 小組合作
18	期末報告	專題報告