

97-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	廣告學	科目序號 / 代號	2541 / IBB1028
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班3年1班
任課教師	鄭焜中	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(四)ABC / B404	授課語言別	中文

課程簡介

廣告是乃行銷4P的推廣策略之一，是行銷的重要環節，，本課程主要介紹廣告的實務操作，透過講授、個案討論與實際企劃案練習，讓同學了解廣告原理與運作。

本系所遵循此教育目標規劃學生在校四年課程活動，讓學生在進入大學殿堂，接受本系所專業教育訓練後，畢業時應具備如下5C核心能力 (Educational Outcomes)：

1. Capability：一般管理理論與實務兼備之基本專業能力
2. Communication：擅於傾聽與表達的溝通能力
3. Concernment & Courage：具人文關懷及道德勇氣
4. Cooperation：能與他人團隊合作之能力
5. Creativity：擁有知識經濟時代所需之創意及創造力

就本學科而言，除培養專業能力(Capability)外，本學期安排之相關個案討論將訓練同學結合理論與實務，及傾聽與表達的溝通能力(Communication)、探索問題的能力(找出並正確界定個案公司面臨的問題)、及創意及創造力(Creativity) (建議個案公司的行動方案) 等，再者本課程亦將專門安排一堂與企業倫理相關的討論，以培養同學具人文關懷及道德勇氣(Concernment & Courage)。

課程大綱

- 一、導論。
- 二、廣告基本理論。
- 三、廣告公司經營與管理。
- 四、報紙與雜誌廣告管理。
- 五、廣播與電視廣告管理。
- 六、網路廣告管理。
- 七、分眾媒體廣告管理。
- 八、政府廣告管理。
- 九、國際廣告管理。

基本能力或先修課程

行銷管理

課程與系所基本素養及核心能力之關連

國際視野

創新思考

成績稽核

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
無參考教材及專業期刊導讀				

上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	Ch 1 Intro	80	20	0	0	0
2	Ch 2 Advertising's Role in Marketing	80	20	0	0	0
3	Ch 3 Advertising and Society	80	20	0	0	0
4	Ch 4 How Advertising Works	80	20	0	0	0
5	Ch 5 The Consumer Audience	80	20	0	0	0
6	Ch 6 Strategy Research	80	20	0	0	0
7	Case I	80	20	0	0	0
8	Ch 8 Media Basics and Print Media	80	20	0	0	0
9	期中考	0	0	0	0	100
10	Ch 9 Broadcast Media	80	20	0	0	0
11	Ch 10 Internet and Nontraditional Media	80	20	0	0	0
12	Ch 11 Media Planning and Buying	80	20	0	0	0
13	Ch 12 The Creative Side & Message Strategy	80	20	0	0	0
14	Ch 13 Copywriting或企業參訪	80	20	0	0	0
15	企業倫理專題	80	20	0	0	0
16	Case II	0	0	0	0	100
17	期末考報告	0	0	0	0	100
18	期末考報告	0	0	0	0	100