

98-2 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	1663 / IRM3017
開課系所	人力資源暨公共關係學系	學制 / 班級	大學日間部3年2班
任課教師	汪睿祥	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	(二)4 / B202 (四)12 / B202	授課語言別	中文

課程簡介

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。

課程主題

廣告規劃發展與製作

目的：

培育學生關係經營能力

提高學生行銷公關的專業知能與創意

訓練學生將想法付諸實行的能力

幫助建立學生企業倫理觀念

課程大綱

- 01行銷與廣告
- 02廣告基本概念
- 03市場調查
- 04瞭解產品與環境
- 05消費者分析
- 06廣告活動與策略發展
- 07廣告創意策略
- 08廣告創意表現
- 09電子與新興媒體
- 10平面與戶外媒體
- 11媒體企劃與購買
- 12行銷溝通
- 13公關與促銷
- 14人員銷售與直效行銷

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

磋商協調與團隊合作能力
口語表達與寫作溝通能力
衝突管理能力
創新開發與執行能力
企業與職業倫理

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	廣告導覽	100	0	0	0	0
2	廣告的行銷功能	100	0	0	0	0
3	廣告與社會	100	0	0	0	0
4	廣告如何產生效果	100	0	0	0	0
5	消費者行為	100	0	0	0	0
6	策略性研究	100	0	0	0	0
7	策略規畫	100	0	0	0	0
8	期中考	0	0	0	0	100
9	平面與戶外媒體	100	0	0	0	0
10	廣播與電視媒體	100	0	0	0	0
11	網際網路及新興媒體	100	0	0	0	0
12	媒體企畫與媒體購買	100	0	0	0	0
13	發展廣告策略	100	0	0	0	0
14	發展創意策略	100	0	0	0	0
15	創意執行與製作	100	0	0	0	0
16	媒體策略規劃	100	0	0	0	0
17	回饋與評估	100	0	0	0	0
18	期末考	0	0	0	0	100