

# 101-2 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	1804 / 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2年1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	(一)567 / B402	授課語言別	中文

## 課程簡介

### 課程主題

廣告規劃發展與製作

目的：

說明廣告管理議題。

介紹廣告管理的原理與實作原則。

培養同學企畫廣告活動的能力。

建立同學行銷傳播的倫理觀念。

## 課程大綱

1廣告與行銷

2廣告概說

3廣告組織與經營

4廣告與消費者行為

5廣告效果測定與評估

6廣告策略與規劃

7廣告創意與表現

8廣告製作

9廣告傳統媒體

10其他新興廣告媒體

11媒體策略

12整合行銷溝通

## 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

 關係經營能力

 資料歸納分析與洞察需求能力

衝突管理能力

創新開發與執行能力

企業與職業倫理

 專業理論與知識

 應用與實作能力

## 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 】
關係經營能力	20%	能與員工同事建立良好關係。 能判斷組織內外關係中的資源與用途。 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。	講述法	期中考(肯學): 25% 期末考(肯學): 25% 課程參與度(肯學): 10% 口頭報告(肯付出): 10% 書面報告(肯付出): 30%	加總: 100	20
資料歸納分析與 洞察需求能力	20%	辨識選用訓育留的問題與收集資料的能力。 在選用訓育留的管理問題上，具有歸納與分析，撰寫問題診斷與確認替代方案的能力。 在選用訓育留的管理上，使用敏感度技巧，觀察老闆、同事或顧客等需求的應變能力。	個案討論 學生上台報告	期中考(肯學): 25% 期末考(肯學): 25% 課程參與度(肯學): 10% 口頭報告(肯付出): 10% 書面報告(肯付出): 30%	加總: 100	20

專業理論與知識	30%	具備人力資源管理的理論知識。 具備公共關係的理論知識。 能將專業知識融會貫通，統整成完整的知識。	講述法 個案討論	期中考(肯學): 25% 期末考(肯學): 25% 課程參與度(肯學): 10% 口頭報告(肯付出): 10% 書面報告(肯付出): 30%	加總: 100	30
應用與實作能力	30%	能以淺顯易懂的概念來理解複雜的理論。 能將相關課程知識連貫起來，進行不同領域的連結與應用。 能將相關課程知識應用於課堂之練習與實作。 能將知識脈絡化，並應用於日常生活與職場。	個案討論 學生上台報告	期中考(肯學): 25% 期末考(肯學): 25% 課程參與度(肯學): 10% 口頭報告(肯付出): 10% 書面報告(肯付出): 30%	加總: 100	30

### 成績稽核

書面報告(肯付出): 30.00%  
 期中考(肯學): 25.00%  
 期末考(肯學): 25.00%  
 口頭報告(肯付出): 10.00%  
 課程參與度(肯學): 10.00%

### 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
廣告學 (Advertising & IMC: Principles and Practice)	Moriarty, Mitchell & Wells	陳尚永	華泰	2012

### 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		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	行銷傳播新紀元&整合品牌傳播	90	0	10	0	0
2	品牌傳播與社會	90	0	10	0	0
3	行銷傳播的效果	90	0	10	0	0
4	區隔消費者	90	0	10	0	0
5	策略性研究&策略性規劃	90	0	10	0	0
6	廣告創意&文案寫作	90	0	10	0	0
7	視覺設計與製作	90	0	10	0	0
8	媒體總論與平面媒體	90	0	10	0	0
9	期中考	0	0	0	0	100
10	電子媒體&數位媒體	90	0	10	0	0
11	媒體企劃與媒體購買	90	0	10	0	0
12	公共關係	90	0	10	0	0
13	直效行銷	90	0	10	0	0
14	促銷	90	0	10	0	0
15	整合行銷傳播與特殊廣告	90	0	10	0	0
16	效果評估	90	0	10	0	0
17	口頭報告	90	0	10	0	0
18	期末考	90	0	10	0	0