

3

開南大學 九十五年度第一 學期 資訊傳播學系科目教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
	廣告創意	秦興和	必修	資傳三 AB	2	2
	Ideal Generation in Advertising	先修課程	無			
教學目標與內容	廣告創意著重於 (一) 原創與發想的能力培養 -- 如何天馬行空或從生活經驗中找尋靈感, 以及如何併入媒材表現特質的框架中。 (二) 歸納與管理創意能力 -- 如何把架驚不馴的創意導入廣告的需求與框架, 進而規劃出符合傳播策略的好點子。在這個議題裏, 藉著一些廣告的基本概念, 廣告策略的研擬, 廣告創意和製作, 廣告媒體的選擇以及整合性行銷溝通活動等主題, 讓學生能有效設計廣告策略和執行廣告活動。					
實施方法	1. 廣告週記 2. 小組討論 3. 角色模擬 4. 個人與小組口頭報告 5. 專題討論					
評量方式	期中測驗 20% 。期末測驗 30% 。平時課堂報告成績 50% 。上課參與表現成績 20% 。					
授課書籍	Bendinger, B (1998). 廣告文案. 張佩娟/鍾岸真譯. 台北市: 五南圖書 路克·蘇立文 (2000). 文案發燒. 乞丐貓譯. 台北市: 喬周出版 許安琪, 邱淑華 (2004). 廣告創意: 概念與操作. 台北市: 楊智文化					
科目簡介(可含大綱及教學進度):						
每週均要繳交簡短的廣告週記一篇 (含簡介, 看法與評論; 可題材取自五大媒體)						
週一 介紹課程概要與進度 廣告的基本概念與歷史						
週二 重新發現自己: 如何內省, 如何挖掘創意, 作業 1 描述 觀察與聯想報告三則						
週三 繳交作業 1, 分享觀察經驗, 水平思考與垂直思考, 腦力激盪 作業 2 描述 (文字創意與 8 格漫畫)						
週四 廣告創意案例介紹, 文字主導與圖像主導創意發想途徑						
週五 廣告流程的介紹, 視覺傳達的幾種面向介紹						
週六 行銷基本概念 圖像創意與廣告製作						
週七 廣告策略企劃實務						
週八 期中考作業繳交: 廣告策略企劃書一份						
週九 廣告與消費者行為分析 購買行為的心理探討 簡易市調練習: 消費者資料製作						
週十 媒體的創意運用: 印刷媒體, 電子媒體, 直接信函, 戶外媒體, 車廂廣告, 電視廣告						
週十一 創意策略規劃						
週十二 平面媒體廣告設計						
週十三 廣告效果與測試評估 Focus Group 測試練習						
週十四 電視廣告設計						
週十五 互動廣告設計						
週十六 專題設計與討論 創意策略: 平面廣告 電視廣告 互動廣告 共四種作業(分組)						
週十七 專題設計與討論						
週十八 期末作業繳交						

課程委員會召集人:

資傳系張志堅
主任張志堅

授課教師:

秦興和

課務組
95.11.15
收文章