

開南大學九十六年度第二學期企業與創業管理學系科目教學計劃表

課程編號	1	0	1	0	2	1	7	0	0	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	授課教師：黃櫻美老師 老師 e-mail：ymhuang@mail.knu.edu.tw 老師分機：6149
班次	01										
開課系所：	企業與創業管理學系										
年級班別：	三年級										
課程名稱(中文)										學分數	課程名稱(英文)
廣告學										3	Advertisement
教學目標與內容	廣告學是一門著重創意開發、分析與執行的應用學科，因此本課程除相關理論與學說的介紹外，亦強調廣告內容與行銷實務間之連結與運用。本課程藉由相關行銷理論與廣告概念之絡合，以解釋廣告活動之實際情況，並從學術角度切入，以了解廣告背後所欲傳播之思想，進而促進學生於創意上之發展。										
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法 <input type="checkbox"/> 實作法 <input checked="" type="checkbox"/> 討論法 <input type="checkbox"/> 演習法 <input type="checkbox"/> 問答法 <input type="checkbox"/> 其他_____										
評量方式	期中報告 20%；期末報告 20%；課程討論 20%；小考 20%； 組內成員互評 10%；出席狀況 10%										
授課使用及參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。 劉建順，2004。現代廣告學，台北：智勝文化。										
科目簡介(含課程大綱及教學進度)：											

課務組 郭惠珊



週別	日期	主題	備註
1	02/28	放假	
2	03/06	課程介紹與分組	分組名單
3	03/13	廣告的基本概念	小組討論
4	03/20	廣告活動	小組討論
5	03/27	廣告的基礎：認識消費者	小組討論
6	04/03	認識產品	小組討論
7	04/10	銜接廣告主與消費者的行銷活動	小組討論
8	04/17	應用時間：了解廣告成形的過程	
9	04/24	期中報告(I)	
10	05/01	期中報告(II)	
11	05/08	整合行銷傳播	小考
12	05/15	廣告活動的策略與企劃	小考
13	05/22	廣告媒體與媒體策略	小考
14	05/29	廣告創意策略與表現	小考
15	06/05	平面媒體、電子媒體等廣告	小考
16	06/12	應用時間：誰是廣告界的大明星	
17	06/19	期末報告(I)	
18	06/26	期末報告(II)	

說明：

- 授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。
- 本表於 91.4.23 第四次校課程委員會討論通過。

課程委員會召集人：

企管系官志亮(乙)
主任

授課教師：

櫻黃
美

課務組
辦事員 郭惠姍

課務組
97.3.7
收文章