

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	6	1	0	4	0	1	3	0		授課教師：黃櫻美老師
班次	01									<input type="checkbox"/> 必修	老師 e-mail：ymhuang@mail.knu.edu.tw
開課系所：	企業與創業管理學系									<input checked="" type="checkbox"/> 選修	老師分機：6149
年級班別：	二年制在職專班										
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 30%；期末報告 30%；課程討論 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)：											
週別	日期	主題								備註	
1	02/27	課程介紹與分組								分組名單	
2	03/05	廣告的基本概念								小組討論	
3	03/12	廣告活動								小組討論	
4	03/19	廣告的基礎：認識消費者								小組討論	
5	03/26	認識產品								小組討論	
6	04/02	應用時間：了解消費者的心									
7	04/09	期中報告(I)									
8	04/16	期中報告(II)									
9	04/23	銜接廣告主與消費者的行銷活動								小組討論	
10	04/30	整合行銷傳播								小組討論	
11	05/07	廣告活動的策略與企劃								小組討論	
12	05/14	應用時間：誰是廣告界中的大明星									
13	05/21	期末報告(I)									
14	05/28	期末報告(II)									

說明：

1. 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。
2. 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：

企管系主任 官志亮(乙)

授課教師：

櫻美黃

課務組辦事員 郭惠姍

錄籍組
97.3.7
收文章