

開南大學 九十五 年度第 二 學期 企業管理 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
151021600	中文：廣告學	黃櫻美 呂莠蓉	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	進修部五年級	3	3
	英文：Advertisement	先修課程	無			
教學目標與內容	廣告學是一門著重實際運用與活動的應用科學，因此本課程除相關理論與學說的介紹外，著重於理論與實務間的相互驗證。本課程藉由相關廣告理論與概念之帶入，以解釋廣告活動之實際情況，使學生了解廣告運作之具體流程。					
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	小組報告 40%。 課堂表現 30%。 出席狀況 30%。					
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)。 教材自備。					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
授課方式及課堂要求：						
課程進行以老師講授為主，有時輔以個案研討。						
一學生課前應搜集課程相關資料，上課時主動提問題，並參與討論。						
一由二~三人組成一組，須完成一份研究報告(須打字)。茲說明如下：						
每組選定一主題或某一廣告之內容，並於學期末繳交一份期末報告(格式採字型大小 12，行距 1.5)。						
一期末報告內容須包括：(A)該主題之內涵、(B)所呈現之手法、(C)藉由此主題所引發之新創意。						

課程進度：

週別	日期	主題
1	03/01	課程介紹與分組
2	03/08	廣告的基本概念、廣告活動
3	03/15	廣告的基礎：認識消費者、認識產品
4	03/22	銜接廣告主與消費者的行銷活動、整合行銷傳播
5	03/29	廣告活動的策略及企劃
6	04/05	清明節放假
7	04/12	廣告媒體與媒體策略
8	04/19	廣告創意策略與表現
9	04/26	平面媒體廣告與製作
10	05/03	電子媒體與網路廣告
11	05/10	戶外、交通及促銷廣告
12	05/17	分組報告 I
13	05/24	分組報告 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 主任 李文雄 (C)

授課教師：


 黃櫻美
王燕燕
王燕燕


 教務處 郭惠嫻

