

南台科技大學 102 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	廣告與消費文化
課程編碼	JOM00J01
系所代碼	0J
開課班級	碩研數應一甲 碩研數應二甲
開課教師	蘇沛琪
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	二 2 3 4 教室 T0801
必選修	選修
課程概述	此課程將透過廣告傳播的各種消費文化變遷，探討「廣告」與「消費文化」之間的相互促進和影響的關係。
課程目標	
課程大綱	消費主義、消費文化、廣告傳播
英文大綱	Consumerism、Consumer Culture、Advertising Communication
教學方式	
評量方法	
指定用書	消費理論
參考書籍	消費文化與後現代主義，2009。Mike Featherstone，譯者：趙偉奴，韋伯出版社。 消費文化與現代性，2003，Don Slater，林祐聖・葉欣怡譯，弘智出版社。 工作、消費與文化，2008，Paul Ranome，黃彥翔 譯，韋伯出版社。 當代文化消費與先進文化發展，2009，戴元光 邱寶林，上海人民出版社。 消費者行為，2012，白滌清，華泰文化出版社。
先修科目	
教學資源	
注意事項	
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	英語
輔導考照 1	
輔導考照 2	