

# 南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	J0D31P02
課程中文名稱	廣告學與活動企畫
課程英文名稱	Advertising and Planning
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	四技創設二甲
任課教師	陳重任
上課教室(時間)	週四第 7 節(T0810) 週四第 8 節(T0810) 週四第 9 節(T0810)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	透過各種廣告型態與理論的介紹，讓學生瞭解廣告的生態與消費市場族群的基本概念，並從欣賞各種廣告中瞭解其策略、品牌定位、廣告企劃等問題，培養學生創意的思考及判斷等能力，亦更熟悉視覺語彙及圖像傳達的應用，從訂定具體可行的廣告計劃中，實際瞭解並增進廣告運作的細節與活動企畫能力。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.能理解各種廣告的型態與目的。 ,-- ,1 設計知識 2.能學會運用各種設計原理於廣告活動中。 ,-- ,1 設計知識 3.能與設計團隊作有效溝通。 ,-- ,10 團隊合作 4.能撰寫出具規格化、標準化、系統化的企畫書。 ,-- ,5 行銷企劃 5.能思考並建立具有創意性的廣告活動。 ,-- ,6 創意思考 6.能體會現有廣告活動的支操作特點與其時代性價值。 ,-- ,12 藝術美學
中文課程大綱	(1)廣告企劃與設計的定義、演進、功能 (2)廣告的類型 (3)廣告的組織 (4)廣告的策略 (5)廣告的表現計畫與表現方法

	(6)廣告媒體計畫 (7)廣告文案 (8)廣告製作
英/日文課程大綱	
課程進度表	1.廣告學原理 2.廣告創意與策略 3.企劃方法 4.市場調查與分析 5.目標市場 6.品牌定位 7.活動企劃 8.成效評估
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 能理解各種廣告的型態與目的。 ，啟發思考，作業 能學會運用各種設計原理於廣告活動中。 ，分組討論，口頭報告 能與設計團隊作有效溝通。 ，分組討論，同儕互評 能撰寫出具規格化、標準化、系統化的企畫書。 ，分組討論，作業 能思考並建立具有創意性的廣告活動。 ，成果驗收，作業 能體會現有廣告活動的支操作特點與其時代性價值。 ，課堂講授，日常表現
指定用書	書名： 作者： 書局： 年份： ISBN： 版本：
參考書籍	1.蕭富峰,張佩娟,卓峰志,廣告學,智勝,2010. 2.陳勝光,關於廣告學的 100 個故事,宇河文化,2008. 3.Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, William Wells, Advertising & IMC: Principles and Practice 10e, Pearson, 2015. 4.鄭啟川,趙滿鈴,洪敏莉,贏在企劃專業的起跑點：TBSA 商務企劃能力初級檢定學習手冊 4/e,前程文化,2015. 5.社團法人台灣商務策劃協會,贏在企劃專業的起跑點：TBSA 商務企劃能力進階檢定學習手冊 2/e,前程文化,2015.
教學軟體	
課程規範	請懷抱著愉快的心情前來上課,"開心"!您就會學得很好!