



藝術及設計學院

設計學士學位課程

學科單元大綱

|        |                      |       |                   |
|--------|----------------------|-------|-------------------|
| 學年     | 2023 / 2024          | 學期    | 2                 |
| 學科單元編號 | DSCC0103-221,222,323 |       |                   |
| 學科單元名稱 | 廣告及營銷設計              |       |                   |
| 先修要求   | 沒有                   |       |                   |
| 授課語言   | 中文                   |       |                   |
| 學分     | 3                    | 面授學時  | 45                |
| 教師姓名   | 張志威                  | 電郵    | hugocw@mpu.edu.mo |
| 辦公室    | 氹仔校區珍禧樓 2 樓 P229 室   | 辦公室電話 | 88936920          |

學科單元概述

本學科單元主要學習廣告及創意營銷的原理、過程及技巧，透過理解廣告品及牌策略，擬定各種創意手法，並應用多樣化的傳播媒體，包括平面、戶外、影片及網絡媒體等，對文化或商業訊息、產品和服務進行有效的創意推廣。

學科單元預期學習成效

完成本學科單元，學生將能達到以下預期學習成效：

|     |                              |
|-----|------------------------------|
| M1. | 認識廣告及營銷設計的基本理論、品牌的基本創意手法和決策  |
| M2. | 瞭解廣告及營銷設計，策略、意義、創作和推廣品牌過程的技巧 |
| M3. | 掌握運用廣告及營銷計劃和熟悉應用多元化的傳播媒體     |

有關預期學習成效促使學生取得以下課程預期學習成效：

| 課程預期學習成效        | M1 | M2 | M3 |
|-----------------|----|----|----|
| P1. 設計倫理與人文美學涵養 | ✓  | ✓  | ✓  |
| P2. 溝通與國際視野     | ✓  | ✓  | ✓  |
| P3. 設計思維與應用能力   | ✓  | ✓  | ✓  |



| 課程預期學習成效      | M1 | M2 | M3 |
|---------------|----|----|----|
| P4. 資訊應用與計劃能力 |    | ✓  | ✓  |
| P5. 實踐與設計整合能力 |    | ✓  | ✓  |
| P6. 研究與探索基本能力 | ✓  |    | ✓  |

### 教與學日程、內容及學習量

| 週     | 涵蓋內容                                                                                                                                           | 面授學時 |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1-2   | 1. 了解廣告及營銷設計概論及傳播的基本理論<br>1.1 知識廣告及營銷設計概論<br>1.2 識別傳播及營銷的基本理論並定義基本創意手法和決策<br>1.3 課堂練習                                                          | 6    |
| 3-4   | 2. 分析廣告及營銷設計概念及原理、基本策略及宣傳、推廣和實施活動規劃<br>2.1 組織策略及創造廣告及營銷設計的意義和過程<br>2.2 應用創意策略推斷有效營銷設計品牌                                                        | 6    |
| 5-7   | 3. 掌握廣告及營銷設計創意過程和意義<br>3.1 建議有效的創意營銷設計、舉例說明創意過程方法和目的<br>3.2 課堂練習<br>3.3 作業匯報及修正指導                                                              | 9    |
| 8-10  | 4. 實行廣告、營銷、品牌設計策略和創意方法<br>4.1 廣告及營銷設計報告撰寫、討論策略及創意方法<br>4.2 掌握及運用多元化媒體定向方法<br>4.3 PPT 演示、討論、寫作廣告及營銷報告方法; 練習及運用創意方法論和策略練習及運用統電視、傳統平面印刷與網路媒體在行銷溝方 | 9    |
| 9-11  | 5. 通過廣告和營銷計劃，應用多元化的傳播媒體平台<br>5.1 了解多元化的傳播媒體平台的效果<br>5.2 理解、描述和分析此類媒體的應用<br>5.3 練習及施行傳播媒體平台在平面、戶外、影片及網絡媒體等; PPT 演示練習播媒體如何在創意上發揮和運用              | 9    |
| 12-13 | 6. 廣告及營銷設計報告和課堂匯報有效的推廣活動(4 實踐課課時)<br>6.1 練習及施行不同種類的推廣活動<br>6.2 演示多文化及商業產品和服務應用<br>6.3 作業討論及修正指導                                                | 6    |



## 教與學活動

修讀本學科單元，學生將透過以下教與學活動取得預期學習成效：

| 教與學活動         | M1 | M2 | M3 |
|---------------|----|----|----|
| T1. 課堂教學、短片播放 | ✓  | ✓  | ✓  |
| T2. 個案分析      | ✓  | ✓  | ✓  |
| T3. 分組討論      | ✓  | ✓  | ✓  |

## 考勤要求

考勤要求按澳門理工大學《學士學位課程教務規章》規定執行，未能達至要求者，本學科單元成績將被評為不合格（“F”）。

## 考評標準

修讀本學科單元，學生需完成以下考評活動：

| 考評活動                                                                                                                                                                                                                                                                             | 佔比 (%) | 所評核之<br>預期學習成效 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------------|
| <b>A1. 廣告營銷設計推廣</b><br>學員須於廣告營銷計劃報告及創意設計領域中<br>選取一特定服務或產品。並進行促銷活動、策略規劃與創意計劃，內容可包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>- 探討客戶的廣告及銷計目標、策略</li> <li>- 製定廣告營銷活動、廣告創意策略、媒體、計劃報告分析及評論（個人簡報、設計創作）</li> </ul>                                                                        | 30%    | M1、M2、M3       |
| <b>A2. 市場廣告營銷設計</b><br>學員組成 3 至 5 人，於市場廣告營銷設計，選取 盈利或非盈利企業對社會責任探索一專題，進行探究，撰寫專題廣告營銷報告及創意製作設計內容可包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>- 探討客戶的廣告及銷計目標、策略等</li> <li>- 通過商業創意廣告媒體規劃、電視廣告、海報、文案、創意圖片、實踐策劃廣告營銷活動，撰寫市場廣告營銷設計報告，包含約 1500 字文稿等。</li> <li>- 分析及評論（個人簡報、設計創作）</li> </ul> | 50%    |                |
| <b>A1. 參與度：出席率、積極性與參與度</b>                                                                                                                                                                                                                                                       | 20%    |                |



有關考評標準按大學的學生考評與評分準則指引進行（詳見 [www.mpu.edu.mo/teaching\\_learning/zh/assessment\\_strategy.php](http://www.mpu.edu.mo/teaching_learning/zh/assessment_strategy.php)）。學生成績合格表示其達到本學科單元的預期學習成效，因而取得相應學分。

## 評分準則

採用 100 分制評分：100 分為滿分、50 分為合格。本學科單元不設補考。

## 參考文獻

1. 威廉·阿倫斯(著)、克里斯蒂安·阿倫斯(著)、丁俊杰(譯) (2013)。《廣告與營銷策劃》。人民郵電出版社。
2. 劉剛田 (2019)。《廣告策劃與創意》。北京大學出版社。
3. 楊名皓(著)、莊淑芬, 高嵐(譯) (2019)。《數位時代的奧格威談廣告：聚焦消費洞察，解密品牌行銷》。天下雜誌。
4. 彼得·貝瑞、(著) 劉翰雲(譯) (2019)。《廣告行銷自學聖經》。原點。
5. 黎青(著)、孫豐國(譯) (2012)。《廣告策劃與創意》。湖南大學出版社。
6. Jim, A., Debbie, Y. (2015). *Advertising Campaign Planning: Developing an Advertising-Based Marketing Plan*. Melvin & Leigh, Publishers.
7. Tom, A., and Jean, M.G. (2016). *Advertising Creative: Strategy, Copy, and Design*. Thousand Oaks, SAGE Publications.
8. Keith A Quesenberry (Author) (2020). *Social Media Strategy: Marketing, Advertising and Public Relations in the Consumer Revolution, 3rd Edition*, Rowman & Littlefield
9. George Belch. (Author) (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. (Irwin Marketing) 11th Edition*, McGraw Hill Publishers.

## 學生反饋

學期結束時，學生將被邀請以問卷方式對學科單元及有關教學安排作出反饋。你的寶貴意見有助教師優化學科單元的內容及教授方式。教師及課程主任將對所有反饋予以考量，並在年度課程檢討時正式回應採取之行動方案。

## 學術誠信

澳門理工大學要求學生從事研究及學術活動時必須恪守學術誠信。違反學術誠信的形式包括但不限於抄襲、串通舞弊、捏造或篡改、作業重覆使用及考試作弊，均被視作嚴重的學術違規行為，或會引致紀律處分。學生應閱讀學生手冊所載之相關規章及指引，有關學生手冊已於入學時派發，電子檔載於 [www.mpu.edu.mo/student\\_handbook/](http://www.mpu.edu.mo/student_handbook/)。