

澳門理工學院
藝術高等學校
<設計學士學位課程>
學科單元大綱

2020 / 2021 學年 第 2 學期

學科單元	廣告設計 II			班別編號	DSGP3114-321
先修要求	沒有				
授課語言	中文/英文			學 分	4
理論課課時	30 課時	實踐課課時	30 課時	總 課 時	60 課時
教師姓名	顏南源		電 郵	alangan@ipm.edu.mo	
辦 公 室	氹仔校區珍禧樓 2 樓 P227 室		電 話	88936918	

學 科 單 元 概 論

本學科單元為廣告設計的進階運用，強調學生能掌握廣告概念及創意表達的完整過程，加強廣告文案與圖形的創作技巧訓練，並對系列廣告和戶外廣告的創意加以綜合運用。

學 習 目 標

修習完此學科單元後，學生將能夠

1. 執行客戶項目與作出完整的營銷活動策略
2. 運用廣告創意策略，設計出能有效推廣客戶品牌或產品的廣告設計
3. 掌握不同傳播媒體在推廣活動、功能、與優勢的價值
4. 理解與掌握全面的廣告要求，包括版面、文案、攝影及圖像處理應用作有效信息傳播

教 學 內 容

1. 客戶、品牌策略及企業戰略
2. 創意思維、文案與圖像的關係
3. 廣告活動和廣告創意設計的規劃
4. 各類媒體在廣告創意的展示與應用
5. 介紹另類廣告工具的使用方法，包括使用綜合媒體、廣告及品牌活動的策略

6. 市場重組概念與創意強化
7. 探討論文案與圖像的創意發揮
8. 創意標語創作、強化圖象與字體設計效果的處理與應用方法

教學方法

課堂教學、短片播放、個案分析、分組討論

考勤要求

按《澳門理工學院學士學位課程教務規章》規定執行。

評分標準

採用 100 分制評分：100 分為滿分、50 分為合格。

項目	說明	百分比
1. 公益形象推廣	選擇一間機構，根據調查及分析，建立廣告推廣策略，並使用文案及設計，以及多種媒體（平面、立體、戶外或社交媒體等）創作系列廣告。	40%
2. 企業活動形象推廣	選擇一間商業或文化企業，透過真實訪談，調查及分析，擬定廣告策略，創作拍攝一條廣告影片，並配合其他媒體作宣傳。	40%
3. 參與度	出席率、積極性與參與度	20%
		總百分比：100%

*此學科單元不設補考

教材

課本

1. Donald, P., Kirsten, S.H., (2014), *Campaign Strategy: A Guide to Marketing Communication Plans*. Cincinnati, OH: South-Western College Publishers.

參考書

1. Helen, K., (2016). *The Media Handbook: A Complete Guide to Advertising Media Selection, Planning, Research, and Buying*, Abingdon, OX: Routledge.
2. Jim, A., Debbie, Y., (2015), *Advertising Campaign Planning: Developing an Advertising-Based Marketing Plan*, Irvine, CA: Melvin & Leigh, Publishers.
3. Tom, A., and Jean, M.G., (2016), *Advertising Creative: Strategy, Copy, and Design*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.