

明志科技大學管理暨設計學院
數位行銷設計碩士學位學程課程綱要

課程名稱：（中文）廣告設計研究		開課單位	數位行銷設計碩士學位學程	
（英文）Advertising Design Research		課程代碼		
可授課教師：				
學分數/時數	3/3	☐ 必修 ☒ 選修	年級/學期	上學期
先修科目或先備能力：無				
課程目標：本課程旨在引領學生從「研究」角度切入廣告設計領域。參考質性研究對行為觀察與脈絡分析的重視，本課程強調運用數位工具進行廣告效果評估與消費者心理洞察，培養學生批判性分析廣告現象的能力，並結合創新策略與社會責任，產出具備實證基礎的整合性廣告行銷設計方案。				
教科書	自編教材			
參考書	無			
E化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)			
教學方法 (可複選)	☒ 理論講授、 ☒ 實務講授、 ☒ 個案分析、 ☐ 企業參訪、 ☐ 業師協同、 ☐ 遠距教學、 ☒ 分組實作、 ☐ 課堂練習、 ☐ 演講、 ☐ 其它_____			
評量方法 (可複選)	☐ 筆試、 ☒ 實作(作業)、 ☒ 書面報告、 ☒ 口頭簡報、 ☐ 競賽、 ☐ 其它_____			
課程綱要			培育之核心能力(請填代碼)	
單元主題	內容			
廣告設計研究導論	介紹廣告研究的世界觀；探討數位行銷與設計專業知識的整合框架。		☒ 整合數位行銷與設計專業知識之能力。 ☒ 運用數位工具與數據分析進行行銷設計之能力。 ☒ 結合創新思維與策略提出整合性行銷設計方案之能力。 ☐ 解決複雜行銷設計問題並兼顧永續與社會責任之能力。 ☐ 執行行銷設計專案管理並展現跨域協作與團隊合作之能力。 ☐ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能	
數位廣告趨勢與議題	掌握全球廣告設計趨勢、社群媒體演算法影響，培養持續自我學習能力。			
廣告策略與創新思維	透過設計思考與創新策略，規劃整合性的數位資訊傳遞方案。			
數位工具與效果分析	運用數位監測工具與數據分析技術，研究廣告投放效益與受眾反應。			

廣告倫理與社會影響	批判性思考虛假廣告、數位隱私，並在設計中兼顧永續與社會責任。	力。 ■現人文關懷與社會影響力之能力。
廣告專案研究實作	執行完整的廣告研究專案，練習跨域協作、團隊合作與專案管理。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
文獻分析	選定廣告設計文獻進行評析，培養理論理解與批判能力。。	20%
設計實作	包含受眾分析、創意策略草案、最終廣告研究成果。	30%
期末專題報告	分組完成廣告設期末專題報告	30%
課程參與	課堂分組討論參與與回饋表現	20%
檢核標準：		
幾乎能展現：A~A+、能展現 75%水準：B~B+、能展現 60%水準：C~C+、僅能展現 60%以下水準：F~D		

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】