

廣告系
專業分流說明

◆ 培養能夠在新媒體環境下，洞察行銷溝通問題，並且善用媒體解決問題。

《策略與創意溝通》

著重分析工具的應用、企畫的邏輯、以及整合的能力。



策略與創意
溝通專題

數位行銷；品牌行銷；社群媒體行銷；策略溝通實踐
媒體溝通策略；媒體娛樂與行銷；
行銷公關；企業公關；公關個案研究；組織中的關係管理
台灣電通講堂；電通安吉斯講堂；米蘭數位講堂

傳播設計專題

創意溝通專題；創意書寫；意象與繪圖；作品集設計；廣告文案
美術攝影創作；影像後製與設計；數位圖像出版；動態圖文設計

公共關係與公眾管理

公共報導與公關寫作

公關策略與企劃

公共關係領域

整合行銷傳播

消費行為

廣告策略與企劃

企劃領域

洞察與想像

廣告心理與實務應用

廣告創意

創意領域

互動與行銷溝通

網路媒體設計

視覺傳達設計

設計領域

策略與創意溝通主修



公共關係基礎、行銷傳播基礎（大二選修）



行銷學原理（大一選修）

傳播設計主修



創意與設計（大二選修）

◇ 培養能夠在新媒體環境下，洞察行銷溝通問題，並且善用媒體解決問題。

《傳播設計》

發展創意策略、資訊轉換與設計、以及跨媒體設計的能力。



策略與創意 溝通專題

數位行銷；品牌行銷；社群媒體行銷；策略溝通實踐
媒體溝通策略；媒體娛樂與行銷；
行銷公關；企業公關；公關個案研究；組織中的關係管理
台灣電通講堂；電通安吉斯講堂；米蘭數位講堂

傳播設計專題

創意溝通專題；創意書寫；意象與繪圖；作品集設計；廣告文案
美術攝影創作；影像後製與設計；數位圖像出版；動態圖文設計

公共關係與公眾管理

公共報導與公關寫作

公關策略與企劃

公共關係領域

整合行銷傳播

消費行為

廣告策略與企劃

企劃領域

洞察與想像

廣告心理與實務應用

廣告創意

創意領域

互動與行銷溝通

網路媒體設計

視覺傳達設計

設計領域

策略與創意溝通主修



公共關係基礎、行銷傳播基礎（大二選修）



行銷學原理（大一選修）

傳播設計主修



創意與設計（大二選修）

無論哪一主修

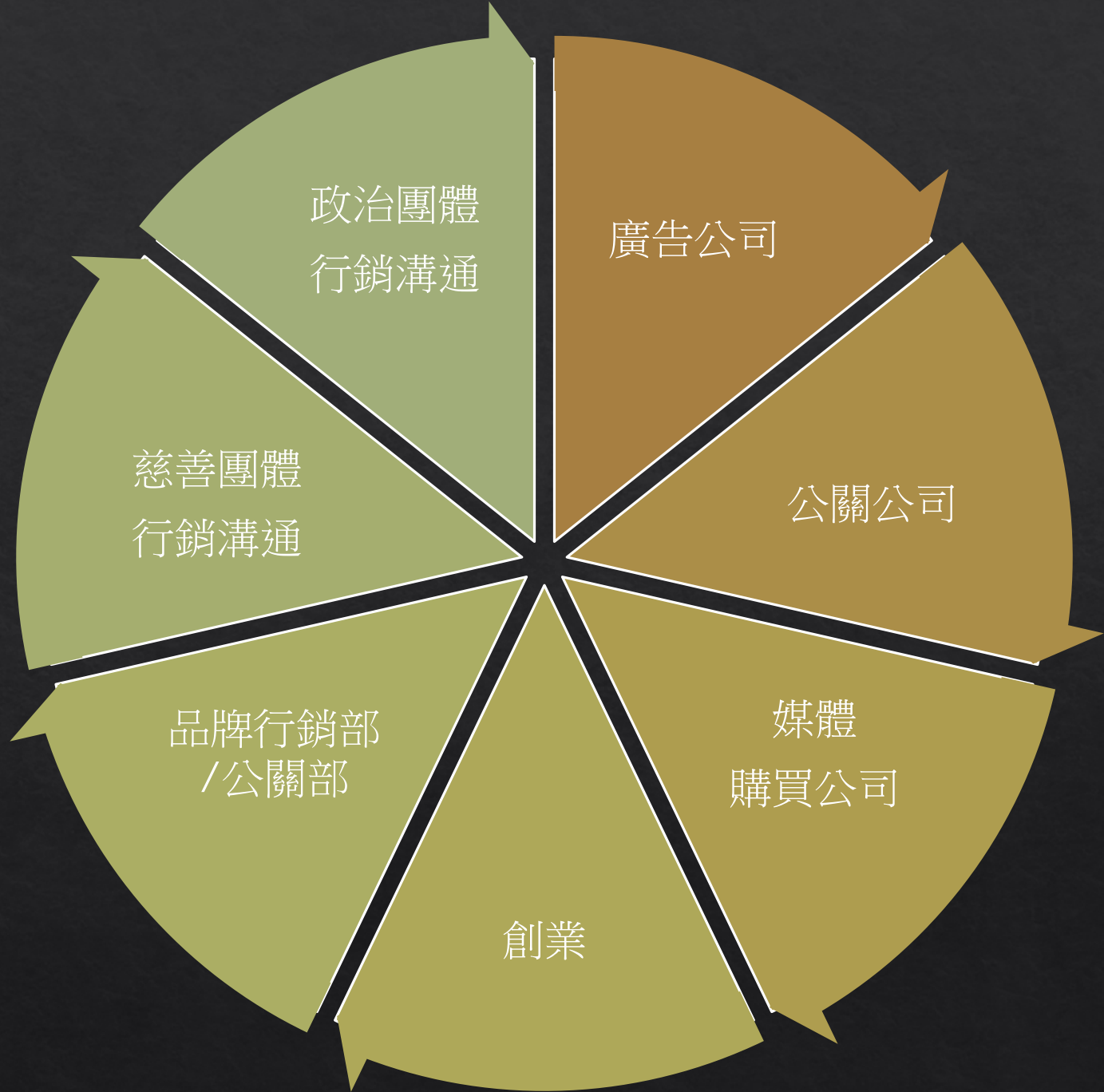
至少修畢24學分

- 必修2科6學分
- 其餘18學分在本主修或另一主修任意修讀（基盤或專題課）



如果你想成為這些品牌背後的推手





廣告公司

公關公司

媒體
購買公司

創業

品牌行銷部
/ 公關部

慈善團體
行銷溝通

政治團體
行銷溝通

畢業後多元與創新表現

系友除了於廣告、公關公司就業、自行創業外，從事新興事業，例如設計購物網站、電子商務網站或大數據應用分析比例不斷增加。

pinkoi

88級林怡君

Pinkoi網站創辦人之一。2011年8月成立，是亞洲領先設計購物網站。



93級高詩涵

理真國際股份有限公司創辦人。透過自有電子商務網站推廣給台灣的消費者。



95級侯以理

FOX體育台 記者
/主播



90級李彥樞

愛點擊互動 (NASDAQ: ICLK) 首席產品長暨全球業務負責人。利用大數據追蹤並分析網民的消費行為，對不同使用者投放與之興趣相關的廣告。



90級廖國成

自由接案插畫家



101級古佳玉

2016年9月正式創立網路旅遊平台「盲旅」。

修課很有彈性
選課要看運氣

三升四暑假實習
學期間專心修課

歡迎來廣告系找熱情！