國立台灣科技大學 114學年 第2學期　課程大綱

Spring 2026 NTUST Course Outline

授課教師：呂文琴

Instructor:LU WENCHIN

課程名稱：AI廣告策略與創意應用

Course Title：AI Advertising Strategy and Creative Applications

2026/11/3

課程代號： BA3314701 Course Code 學分數： 3 Credits	必選修：選修/半學年 Required/Electve:Elective/Half Yr. 先修課程： Prerequisites

節次教室： R6(TR-614) R7(TR-614) R8(TR-614)
Time/Location

專業核心能力：
Core Professional Competencies

■解決問題之能力(Problem Solving)
■管理專業知識(Comprehensive management knowledge)
■良好溝通表達之能力：■口說溝通能力(Oral communication skills);■書寫溝通能力(Written Communication Skills)
■創新與創業能力(Innovation and Entrepreneurship)
■倫理意識與社會責任(Ethic & Social responsibility)
■全球觀點與理解跨文化議題之能力(Global perspectives)

課程網址：
Course Website

課程宗旨：
Course Objectives

本課程旨在培養學生運用人工智慧於廣告策略與創意設計之能力。透過AI工具輔助的資料分析與內容生成，學生將學習如何整合品牌策略、創意思維與數據應用，規劃具成效與創新價值的廣告方案，培育能於AI時代推動數位推廣與品牌溝通的實務人才。
This course aims to equip students with the ability to apply artificial intelligence (AI) in advertising strategy and creative design.
Through AI-assisted data analysis and content generation, students will learn to integrate brand strategy, creative thinking, and data application to plan advertising campaigns that are both innovative and effective. The course cultivates practical talents capable of advancing digital promotion and brand communication in the era of AI.

課程大綱：
Outline of Lectures

本課程聚焦「AI於廣告推廣策略之應用」，內容涵蓋：廣告與推廣策略理論、消費者洞察與AI輿情分析、生成式AI於文案與視覺設計應用、媒體規劃與數據評估、AI倫理與創意提案實作。課程結合理論、案例與實作，強化學生AI時代的廣告策略與創意思考能力。 This course introduces how Artificial Intelligence (AI) transforms advertising strategy and creative practice. Topics include: advertising and promotion planning, consumer insight and AI analytics, generative AI in copy and visual design, media strategy, and AI ethics. Through lectures, case studies, and creative projects using AI tools, students will develop strategic thinking and creative competence for the AI-driven advertising era.

授課方式：
Method of Instruction

講授 Lecture：50%
分組討論 Group discussion：15%
案例研討 Case study：15%
操做練習 Practical exercises：20%

	講授 Lecture：1、 本課程採教師講授、各組討論分析、互動交流之方式來進行。 2、 小組「個案報告」以本學期AI廣告策略內容為主，實際演練AI廣告企劃計畫。%
教科書： Textbooks	1、 Belch, G. & Belch, M. (2023). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education. 2、 智策慧品牌顧問有限公司、吳秀倫、陳茂鴻、楊文澤合著，黃燕萍編輯(2024)，『智創品牌與AI行銷科技』，初版，台北市：新陸書局。
參考書目： References	1、陳尚永編譯（2020）。『廣告學』，第十一版。台北市：華泰文化。 2、艾進、李先春（2019）。『體驗經濟下的廣告與新媒體管理』，初版。台北市：財經錢線文化。
修課須知： Notice	1、課程進行依此授課大綱與進度，但仍視上課實際情況做適度微調，故以「課堂公告說明」為主。 2、因個人特殊因素無法至現場上課，與任課教師溝通並經同意後，得採「遠距同步」學習之方式。
評量方式： Grading	1、平時成績：40% （出席20%；作業及參與 20%） 2、個案報告：40%（口頭20%、書面20%） 3、學期考試：20%
備註說明： Notes	1、修過或具備行銷管理之相關學知識者 2、對AI廣告策略/行銷推廣創意有高度興趣且積極學習者