

銘傳大學 104 學年度上學期教學卓越計畫子計畫一

「課程重構計畫：廣告學」結案報告

壹、計畫動機

- (一) 建立適切的課程內容
- (二) 融合理論與實務層面
- (三) 建立良好的學習動機

貳、執行內容

一、教學目標

- (一) 使學生具備廣告學理概念及程序的知識
- (二) 使學生具備廣告批判及反思能力
- (三) 引導學生建立廣告實務能力

二、教學內容

- (一) 課程講述
- (二) 廣告實務案觀摩及討論
- (三) 課程實作

三、教學活動設計

- (一) 課程之設計著重理論與實務。
- (二) 課程廣告實務案例取材自國內外重要廣告獎項獲獎作品，透過優秀作品的觀摩及討論，建立學生批判及反思能力，並擴展廣告視野。
- (三) 將坊間廣告競賽列為課程實作，引領學生逐步完成廣告企畫及製作，作為學生操作及驗證課程理論的方式。

四、教學評量

- (一) 課堂實作 (30%)
- (二) 廣告實作 (60%)
- (三) 講座報告 (10%)

參、計畫成果

一、課程辦理情形

- (一) 與學生解說課程目標、課程進度及評量方式，建立其對課程的認同。
- (二) 課程廣告相關概念與廣告個案進行解析及討論。
- (三) 引導學生進行課堂廣告實作及廣告競賽。
- (四) 期中考前著重廣告學理，期中考後聚焦於廣告實務。
- (五) 利用數位教學平台將課程相關資料上傳，建立個案討論及師生互動平台

二、執行成效評估

- (一) 課程有效提升學習動機。
- (二) 課堂實作提高學習成效。
- (三) 教學反映調查顯示學生肯定課程規劃。

四、課程反思

- (一) 課程設計得當、教學方式接受度高及班級經營良好，已有效提升學生的學習動機及參與意願。
- (二) 實務能力引進的方式，獲學生好評，並有著實的成效。
- (三) 教學反映問卷調查顯示不論是課程設計、教學實踐、班級經營或教學評量，皆受學生的肯定，也有效的激發學生學習的動機及提高學習成效。
- (四) 學生多志在新聞，學習動機不強
- (五) 學生背景多元，授課不易。
- (六) 學生未依課程要求進行預習，課程互動仍待加強

五、後續調整規劃

- (一) 思索如何拉近廣告學與新聞的相關性，以提高學生興趣。
- (二) 嘗試提供廣告相關資訊管道，讓學生能透過自我學習，彌補學生背景差距。
- (三) 嘗試以小組導讀方式進行，希望有效的提高學生的課程參與度。

肆、建議與改進

- (一) 未來應持續思索如何拉近廣告學與新聞的相關性，以提高學生興趣。
- (二) 未來將嘗試提供廣告相關資訊管道，讓學生能透過自我學習，彌補學生背景差距。
- (三) 未來將嘗試以小組導讀方式進行，希望有效的提高學生的課程參與度。

伍、課程照片

