

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

廣告學系余淑芬



壹、計畫動機

建立適切的課程內容

融合理論與實務層面

建立良好的學習動機

貳、執行內容

教學目標

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

貳、執行內容

教學內容

- 課程講述
- 廣告實務個案觀摩及討論
- 課程實作

貳、執行內容

教學活動設計

- 課程之設計著重理論與實務
- 個案取材國內外重要廣告獎項獲獎作品
- 課程實作
- 雙師講座
- 校外參訪

貳、執行內容

教學評量

- 課堂實作 (30%)
- 廣告實作 (60%)
- 校外教學及講座報告 (10%)

參、計畫成果

課程實驗結果

- 搭配課程的個案，有效激發學生的學習動機。
- 課堂實作演練，提高學生學習成效。
- 雙師講座，激發學生熱情及提高實務智能。

參、計畫成果

執行成效評估

- 課程個案有效提升學習動機。
- 課堂實作提高學習成效。
- 雙師講座有效提高實務智能。
- 教學反映調查顯示學生肯定課程規劃。

講座：李奧貝納廣告公司策略長張治亞先生



參、計畫成果

教學反映問卷調查受學生肯定

- 期中、期末評量時，修課學生在各個項目皆給予頗高的評價，顯示學生對課程的課程設計、教學實踐、班級經營、教學評量及教學輔導上認同度高。

參、計畫成果

學生修課心得

- “我學到很多廣告學的相關知識，也透過拍攝廣告片了解一支廣告的呈現有多麼不容易。”
- “我學習到很多之前看廣告時不曾想過的看法，思考廣告的拍攝手法。”
- “我覺得很開心，因為我和剛入學的自己差很多，也讓我會多思考，才第一年就有如此的變化，所以我更期待自己有更多變化。”
- “從拍片中可以實際學到許多技巧，同學在彼此的廣告片互相較勁，學習的效果更加實用。”

參、計畫成果

課程反思

- 課程設計得當、教學方式接受度高及班級經營良好，已有效提高學生的學習動機及參與意願。
- 實務能力引進的方式，獲學生好評，並有著實的成效。
- 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。