# 銘傳大學 104 學年度上學期

# 104 年度教學卓越計畫子計畫一

# 【產業實務】課程重構計畫

# 結案報告

課程名稱：廣告文學及習作(一)

教師姓名：侯羽穜

系所單位：應用中國文學系

撰寫日期：中華民國 105 年 月 日

# 壹、計畫動機

本計畫以專業課程與產學業界相結合，主要透過有多年廣告業界實務經驗之業師蒞校演講，除了提供專業知識，亦可讓學生了解文學可以實際應用於何種相關工作。學生在面對文學課程時，經常誤以為文學是矯柔造作的，事實上，這是很大的謬思。文學並非不切實際之風花雪月，它可以表達出心中的想法，而此想法可以透過傳播媒介，與大眾產生心意的共鳴。它可以應用於產學業界，例如廣告中之文案，需要扎實之文學底子來強化產品之特色，直入人心之文宣可以增強對產品之印象與認同感。了解文學與業界之相關性之外，學生通常亦不了解如何將創意表現於實務，或者是創意有餘卻誇大不實，或者是作品精緻度不夠。故藉由業師之傳授經驗，可以幫助學生了解如何將創意性與務實性融合。

# 貳、執行內容 （課程設計與執行概念、實施方式、實施進度等訊息）

## 一、若本課程非首次申請課程重構計畫，請說明與前不同之處

本課程為新開設課程，首次申請課程重構計畫。

## 二、教學目標 （教學目標是什麼）

本課程之教學目標，包括下列幾項：

1.讓學生學會靈活應用文學，具備實際運用的學習與創作廣告。

2.透過觀摩與賞析各類型之廣告作品，讓學生具備廣告文學方面之專業知識。

3.培養學生能夠活用思考、充份發揮想像力與創新的能力，擴展廣告文學的發展空間。

## 三、教學內容 （主要的教學內容）

本課程介紹文學與廣告之關聯性，以及文學對於廣告行銷之重要性。並依照各類企業形象與商品廣告，說明廣告文學之實際應用，例如：LOGO 產品形象廣告、節慶廣告、飲食類廣告(食) 、服飾類廣告(衣)、住商類廣告(住)、汽機車廣告(行)、電器類產品廣告、3C 類產品廣告……等等類別之廣告，進行觀摩、講解與專題討論，激發廣告文學之想像力、創造力，以及務實性。

### 四、教學活動設計　（產學合作的教學活動設計）

本課程在產學合作之教學活動設計，主要為邀請業師蒞校演講，讓學生能夠了解產業界實際工作情形。本學期的業師教學計有二位，一位服務的公司為德國外商出資的廣告公司，具備國際觀與專業知識、實務經驗；一位為得過國內外影壇獎項、拍過廣告的知名演員。二位皆為校友，其中一位亦為系友，以過來人之身份，充分了解學生時期之懵懂，足以提供學生所需要學習的專業知識，與傳授廣告文學相關工作實務之經驗。

### 五、教學評量　（如何評量教學目標達到與否）

本課程之教學評量，分為期中考 20%、期末考 20%，與平時成績 60%。在理論與實務之分配，各自為 40%與 60%。藉由筆試確認學生在理論方面之教學目標達成效果，平時成績除了出缺席率之外，尚有參與討論情形，並特別著重影片(一分鐘系招生廣告短片)的分組作業。

## 參、計畫成果

### 一、摘述辦理情形

本課程於產業實務方面，主要透過業師之實務講解，能夠讓學生更加明白一個廣告文案之產生與完成，當中需要花費相當多之心血、團隊之討論、成本經費預算之估量、拍攝工作歷程之辛苦，才可能造就幾分鐘，甚至僅是幾秒鐘的完美電視廣告。

### 二、產業實務融入課程成果

第一位合作的業師金正淳，於 10 月蒞臨演講，題目為：「廣告與文學之業界實務經驗談 —— 從宜蘭文學館中的金城武，一窺長榮企業形象」。 金正淳為應中系友，長榮企業形象廣告是該公司歷年廣告實務文案作品，做為與學生分享之經驗談。（業師教學影片見附件 1）

第二位合作的業師張書豪，於 11 月蒞臨演講，題目為：「從演員角度談廣告與影視拍攝之實務經驗」。張書豪為本校校友，大學時期就已經獲得金鐘獎的肯定，畢業後專心做演員的本分，亦入圍過金馬獎，在演藝圈受到重視。因此，以演員的角度教導廣告與影視拍攝之實務經驗，極具說服力與吸引力。（業師教學影片見附件 2、附件 3）

### 三、執行成效評估　（學生學習成效為何，請提出具體佐證）

學生之學習成效，在實務方面，主要表現於分組作業。本學期之作業，題目為系招生廣告短片。本課程為選修課，學生可就各自所就讀的系別，拍攝系招生廣告短片。短片限定一分鐘，以俾學生能夠學習到電視廣告 CF 需計算向電視台購買廣告時間的費用，通常以秒數計算，故不能無節制地拍攝成長時間幾小時的電影。考量學生初學，十幾秒或三四十秒的秒數，要表現完整的腳本內容仍有困難，故要求試作一分鐘廣告影片。學生之初版作業(見附件 4)，在秒數上或多或少差個幾秒鐘，故再進行二版到三版之修改(見附件 5)。

### 四、課程反思

（本課程實驗可以分享給全校其他教師的教學發現和重要經驗）

本學期課程可以發現透過業師教學，帶給學生學習到廣告拍攝概況，以及務實的觀念。第一位業師金正淳是在廣告公司工作，負責廣告背後的文案與企劃；而第二位業師張書豪則是在螢幕前的藝人，故分析出廣告、電影、電視劇、舞台劇的不同。廣告需靠短時間吸引人，而電影能夠長存於觀眾心中。不同的類別，選取的演員與腳本方向亦會不同。廣告可以造成產品的商機，而電影則較能拍出內心的情緒牽動觀眾，進而留下有影響力的正面能量。張書豪並且說明其理念，「要做長銷書，不要只做暢銷書」，意即堅持理想、莫忘初衷，不隨波逐流、不迷失自我，切勿為了想暴紅而短視自利。學生時代應努力耕耘，若有實力，福報必定來到，並以此勉勵同學。

### 五、後續調整規劃

本學期課程之教學計畫、內容與教學目標一致。

## 肆、建議與改進

如上所述，本學期課程之教學計畫、內容與教學目標一致，並讓學生練習分組製作廣告短片，經過修改，每組皆有不錯的作品成果。由此可知，讓學生接觸業師、學習應用，將可獲得良好的學習成效。若有足夠的經費來源，請業師教學，對學生確實有很大的助益。

# 伍、補充說明

## 一、課程照片

### 1. 本學期 10 月第一次業師金正淳教學

## 2. 本學期 11 月第二次業師張書豪教學

## 二、其它相關資料

其它相關資料見光碟片之附件，含學生作品(分組廣告短片)、二位業師教學影片(片段)。