

銘傳大學 104 學年度上學期  
104 年度教學卓越計畫子計畫一  
【職能融入】課程重構計畫

結案報告



課程名稱：\_\_\_\_\_廣告策略\_\_\_\_\_

教師姓名：\_\_\_\_\_余淑芬\_\_\_\_\_

系所單位：\_\_\_\_\_廣告暨策略行銷學系\_\_\_\_\_

撰寫日期：\_\_\_\_\_105\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_01\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_19\_\_\_\_\_日

## 壹、計畫動機

「廣告策略」為傳播學院三年級兩學分進階選修課程，於每學年上學期開課，此次提出職能融入課程重構計畫立基於培養目前職場所亟需之能力，包括溝通表達、團隊合作及問題解決等能力。近年國內外的雇主調查皆指出學生畢業進入職場時，雖然具備相關工作的技術知識很重要，但是良好的溝通表達、團隊合作及解決問題的能力更為重要。這些技能都是雇主決定聘請大學畢業生時期待所具備的技能，也是新進人員能否融入團隊及面對未來工作挑戰的決定性因素。

### (一) 溝通表達能力是職場生存關鍵

人是社會的動物，社會是人與人相互作用的產物，社會活動免不了要與他人溝通。馬克思指出：「人是一切社會關係的總和」；「一個人的發展取決於和他直接或間接進行交往的其他一切人的發展」。然而溝通本身不是件容易的事，溝通表達能力佳不但無法清楚表達心中的意念，甚至有可能弄巧成拙，造成人與人間的隔閡，甚至陷入僵局。可見溝通表達能力的重要性，尤其對傳播相關領域，溝通能力是生存與發展的必備能力，也是決定成功的必要條件。

### (二) 團隊合作能力是職場任用重要考量因素

隨著知識經濟時代的到來，人們在工作學習中所面臨的情況和環境極其複雜，在很多情況下僅靠個人單打獨鬥的模式已難以完全處理各種錯綜複雜的問題，亟需以團隊型式予以面對。團隊的優勢在於透過組織成員之間的相互依賴、相互關聯、共同合作，建立合作團隊來解決錯綜複雜的問題，並進行必要的行動協調，並採取切實高效的行動，完成使命達成企業目標。目前許多企業多將團隊合作能力視為人員任用的指標之一，勢必是未來學生在職場的必備的競爭力。特別是傳播職場之工作皆為團隊合作型態，學生是否具備團隊合作能力是決定學生是否能順利進入企業，一展長才的關鍵。

### **(三) 問題解決能力是職場發展的關鍵**

這個時代唯一不變的特質就是變！長期以來國內青少年在就學階段幾乎將所有的時間都花在學習課本記憶與背誦上，學校都只要求學生答對答案，忽略了在問題解決能力方面的培養。背誦的死知識，無法作為學生畢業後面對工作的後盾，甚至處理生活中層出不窮的新問題。在職場問題解決能力是個人非常重要的職能，而企業的問題解決能力，將成為個人在職場是否能更上一層樓的重要關鍵。

## **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**

本課程為首次申請。

### **二、擬融入課程之職能項目**（目標是什麼）

針對未來傳播職場所需之職能，將良好的溝通表達、團隊合作及解決問題的能力設定為本課程之職能項目。透過有組織及規劃的小組運作，提升學生的團隊合作能力。以個案引導及多元的實作，增進學生問題解決及溝通表達能力。

### **三、職能融入教學模式**（怎麼教）

(一) 以引導取代傳統課程教授

(二) 以個案演練培養溝通技巧及問題解決能力

(三) 以實作培養團隊合作經驗

(四) 以學生的努力及成長取代傳統成績評量

(五) 以多元活動（講座及提案報告）提高實務能力

#### 四、職能融入教學教安（教學內容）

(一) 廣告個案講述(40%)

(二) 課堂實作(40)

(三) 產業參訪(10%)

(四) 業界講座(10%)

#### 五、職能融入教學行動研究（怎麼做）

(一) 課程以學生為課程進行的主要角色，授課教師退居引導角色。

(二) 課程中以廣告個案解說引導學生進行問題解析等思考。

(三) 藉由課堂實作及報告，鍛鍊學生溝通表達及問題解決的能力。

(四) 對於所組成的團隊運作及角色進行規劃(團隊角色設定及互評)，配合課程中個案的討論或實作，引導學生進行良好的團隊溝通及協調，增加學生團隊合作經驗。

(五) 一改過去以考試或成果為主要評量的方式，以嘗試、努力及反思為考核重點。

(六) 邀請業界傑出的廣告策略中高階主管到班上演講，以縮短產學差距。

### 參、計畫成果

#### 一、摘述辦理情形

(一) 配合課程目標及課程之設計，課程之報告及課堂實作皆以團隊方式進行，透過課堂引導及課後運作，有效提升團隊合作職能。

- (二) 課程實務案例囊括目前全球廣告行銷領域最重要獎項的坎城創意節獲獎作品，透過個案解析，讓學生了解個案中如何以創意的手法解決品牌的所面臨的問題，並以提問及討論方式引導學生思考其成功原因，以切實體悟以創意手法解決問題的優異之處。
- (三) 課程期中及期末報告著重品牌問題的辨識及創意的解決之道，並要求各小組在課堂中進行公開報告，透過不同個案的成果分享，進行同儕學習，並了解不同品類產品在目前市場上所面臨的問題及策略的切入點。
- (四) 課程於 10 月 16 日邀請李奧貝納策略長張治亞先生至班上演講，解析國內成功廣告個案背後的策略思考。

## 二、共通職能融入課程成果

### (一) 課程執行表

週次	日期	課程主題	備註
1	09/15	課程介紹	分組、抽產品類別及報告順序
2	09/22	導論	第一章；選定產品
3	09/29	廣告閱聽人心理與行為	第二章；廣告蒐集
4	10/06	廣告創意管理(一)	第三章
5	10/13	廣告創意管理(二)	第四章；廣告分析
6	10/20	雙師講座	10/16 星期五中 12:10-14:00； 策略分析

週次	日期	課程主題	備註
7	10/27	媒體管理	第五章或 10/23
8	11/03	廣告策略解析	小組報告
9	11/10	期中考	加油!
10	11/17	廣告策略解析	小組報告; 抽產品及報告順序
11	11/24	廣告代理商管理	第六章; 產品簡介
12	12/01	廣告企劃	第七章; 問題界定及分析
13	12/08	廣告效果評估	第八章; 目標消費者界定及分析
14	12/15	廣告法規與倫理	第九章
15	12/22	廣告與社會	第十章; 策略擬定
16	12/29		報告當週繳交書面報告及完成
17	01/05	廣告策略實作	上傳 moodle 系統(報告及 PPT 檔)
18	01/12	期末考	寒假快樂!

## (二) 業界高階主管演講

講 師	張治亞先生
學 歷	淡江大學大傳學系
現 職	李奧貝納廣告公司策略長
經 歷	李奧貝納廣告公司策略總監
演講日期	2015/10/16
演講題目	廣告背後的策略思考

### 三、執行成效評估 (學生學習成效為何，請提出具體佐證)

為能確實掌握課程執行成效，本課程於期中及期末舉辦教育部大專校院就業職能平台 (UCAN) 職能評量，以了解學生職能變化，期末時並執行教學反映調查，以了解學生對課程的學習成效。

#### (一) 教學反映問卷調查受學生肯定

修課學生在通溝表達、團隊合作及問題解決等三項職能上有不錯的評估。

表一、共通職能項目評估

教育部大專校院就業職能平台 (UCAN)							
【職場共通職能】(從事各種不同的職業類型都需要具備的能力)							
48%	溝通表達	44%	持續學習	30%	人際互動	81%	團隊合作
41%	問題解決	26%	創新	22%	工作責任及紀律	26%	資訊科技應用

## (二) 教學評量

學生對教學評量上的各個項目皆給予頗高的評價，顯示課程規畫妥當，達到預期目標。

表二、教學評量結果

題目	非常同意	同意	無意見	不同意	非常不同意
1. 我了解老師進行職能融入教學計畫的目的。	15%	<b>59%</b>	22%	4%	0%
2. 當老師進行職能融入教學計畫時，我知道該如何配合。	15%	<b>52%</b>	30%	4%	0%
3. 我認為職能融入教學計畫，對於提升同學們的共通職能有幫助。	11%	<b>67%</b>	19%	4%	0%
4. 本課程所施行的教學策略和教學方法，對於提升共通職能有幫助。	11%	<b>67%</b>	19%	4%	0%
5. 我認為提升共通職能對我是重要的。	19%	<b>63%</b>	19%	0%	0%

## (三) 業界高階主管演講提升學生實務技能

學生心得報告			
姓名：楊憶如	系所：廣告暨策略行銷學系	班級：廣銷三甲	學號：02301704
<p>我覺得這次的演講很精彩，不僅內容讓我受益良多，張治亞策略長的表達能力也是一流，是一場聽了會令人覺得有趣又能學習到新事物的一堂課，對我們的科系有相當大的幫助。</p> <p>演講中有提到，策略該具備的條件，包括：差異、定位、競爭力、</p>			



核心能力、區隔、solution，如果能滿足上述要素，那它就算成功的策略，不過每個項目都需要經過謹慎的思考，才能得到最完美的答案。

其中，有幾句話讓我印象深刻：「尋找具有價值的差異」，我們常常在思考廣告內容時，只想強調商品的優點，卻沒有思考哪一個優點才是與眾不同，最讓消費者動心的，如果能抓住這個優勢，想必就能凸顯出商品的特別，藉此吸引消費者注意，甚至購買；「策略是觀點」，在聽這場演講之前，我認為策略就只是一個方法，我們利用這個方法把訊息傳達給消費者，卻沒有想過策略其實就是一個人的觀點，如果我們能依照不同人的角度出發，那是不是就更容易讓目標對象產生共鳴。

另外，我覺得李奧貝納這家廣告公司與其他家不同的地方在於——他們的廣告一目了然，不用經過太多的思考，就清楚地把他們的觀點傳達給閱聽人，所以造就了很多有名的廣告，例如：媽媽和麥當勞一起進行的秘密計畫，這個廣告成功引起話題，點閱人數直直上升，因為他清楚表達了在外地工作的孩子與在家等待的母親心中的感受，引人熱淚。

希望以後還能聽到類似的講座，讓我們學習到更多東西，探討他人成功的原因，不斷地往成功的方向前進。

#### **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）**

本課程為傳播學院的廣告進階選修課程，修課學生為傳播學院四系大三及大四學生。綜合而論，由於課程設計得當、教學方式接受度高及班級經營良好，已有效提升學生的溝通表達、團隊合作及問題解決能力，課程亦獲學生好評。然仍有下列問題亟待未來予以解決，讓課程更為完善。

##### **（一）學生人數眾多，進階課程教授不易**

此課程修課學生人數眾多，不但教授不易，且策略概念分享及報告頗為費時，壓縮授課教師引導及提問時間，實屬可惜。

##### **（二）學生背景多元，課程活動安排不易**

課程除了傳播學院大三及大四生外，近三十位僑生(馬來西亞及香港)、大陸外籍生及交換學生。因學生背景不一，各自課表不同，增加多元課程活動安排難度。如校外教學或參訪，皆因學生時間無法配合而作罷。

##### **（三）學生彼此不熟悉，分組作業運作不易**

學生來自不同班級及年級，在不熟悉的情況下，組員間需花一段時間才能有效運作，發揮團隊效用。此外，並有部分學生出席率不佳，影響小組作業進行。

#### **五、後續調整規劃**

針對上述問題及挑戰的因應方案如下：

- （一）建議未來課程限制修課人數以提高教學品質。
- （二）未來擬於開學前三週以密集之課堂活動，讓小組運作更為順暢。
- （三）未來課程擬提高小組作業比例，以提高團體合作演練。

#### **肆、建議與改進**

後學透過此次的職能融入課程重構計畫，重新規劃課程內容，以多重的教學法及多元的評量方式，已有效提升學生的溝通表達、團隊合作及問題解決能力。此外，透過課堂實作及小組報告搭配課程內容的形式，提升學生實作能力，並將業界高階主管講座納入課程規劃中，強化學生的對策略的認知。

此次課程重構有效達成預定之目標，爾後將秉持此次的課程重構經驗，持續調整與改進，亟能精益求精，建立增進學生策略思考能力的同時，亦能提高學生其他職能的教學方法。

## 伍、補充說明

### 一、課程照片



課堂報告



課堂報告



李奧貝納廣告公司策略長張治亞先生



講座合照

### 二、其它相關資料

#### (一) 教學建議

(1) 在施行過程中，您認為對同學有助益之處為何？

[1] 實學實用

[2] 從報告和上課中可以學到其他同學統整過後的資料

[3] 讓同學可實際操作一些策略

- [4] 瞭解工作真正狀況
- [5] 課程內容設計符合未來就業所需技能
- [6] 可以精進自己的學習、技巧等，能瞭解一些業界的狀況
- [7] 能知道業界的經營理念
- [8] 我覺得請業師演講可以聽到一些實務經驗，比起課堂上課可以學到更多不同層面之處
- [9] 團隊合作的重要
- [10] 團隊合作
- [11] 促使學生學習更多職場可應用技能

(2) 在施行過程中，您覺得需要改進之處為何？

- [1] 課程的步調可以再調整
- [2] 多一點並出去參觀等
- [3] 可以多一些講座
- [4] 再簡單一點的例子和經驗分享
- [5] 不見得每個業師上的內容都可以對學生產生最大的幫助
- [6] 目前還好，老師講解很清楚

(3) 為了使職能融入教學計畫的實施更符合您的需要，若有其他寶貴意見，請列述於下，謝謝！

- [1] 可以多元化一下講授內容和講座

[2] 想學到聽到更多怎麼發想的步驟，是很實際的而不是純經驗，之前 SWOT 分析的業師就覺得真的有學到東西