

國立東華大學教學卓越中心
109-2 三創課程成果報告書

計畫主持人：黃毓超、陳怡廷

單位：民族語言與傳播學系、國際企業學系

目錄

壹、109-2 成果報告確認-----	2
貳、執行成果總報告-----	3
參、附件-----	7

**國立東華大學-三創課程
109-2 執行成果報告書確認表**

課程/學程名稱：廣告與消費文化		
授課教師：黃毓超、陳怡廷		
服務單位：民族語言與傳播學系、國際企業學系 / 副教授		
班級人數：		
勾選	繳交項目	說明內容
<input checked="" type="checkbox"/>	本確認表	請確實填報，以俾利核對
<input checked="" type="checkbox"/>	執行成果總報告表-電子檔 (Word)	字型：標楷體 (中文)； Times New Roman (英文) 行距：單行間距 字體大小：12 號字
<input checked="" type="checkbox"/>	活動記錄表	當期程全部活動紀錄，如講座、參訪、期末成發展等
<input checked="" type="checkbox"/>	本年度活動照片 (原檔)	精選 8-20 張即可 (請將檔案另外上傳並控制在 20 MB 以內)

- 繳交期末成果報告時，請確認繳交項目是否齊全
- 本年度所有受補助課程/學程之成果報告，將上述資料匯集成冊(封面、目錄、內容、附件)，做為本期成果報告書
- 若有相關疑問，請與承辦人郭心怡助理聯繫
(#6591；imyeee@gms.ndhu.edu.tw)

三創課程-執行成果總報告

單一課程/跨領域課程

一、課程內容特色

本課程為結合傳播與商管之跨領域教學、線上與實體之跨介面學習、理論與實作之跨界限培力的三跨(創)課程。課程從傳播溝通設計與商業管理市場區隔和消費分析為起始，讓學生了解溝通對象的消費行為模式，並認識文化、次文化和廣告表現關係，而後讓學生嘗試應用商業管理知識規劃廣告溝通內容，從消費分析、內容設計、溝通模式啟動傳完整學習。最重要的，兩位授課教師皆具廣告公司實務經驗；因此，在課程規劃、教材選擇、教學方法皆著重與實務連結，並且深化與業界協同教學與操作。同時為深化學生實作經驗，本課程與花蓮農改場進行產學合作，由在地文旦農產品開發業者提出推廣溝通需求，學生依此制定廣告策略，規劃設計溝通內容，並進行提案競賽，達到學作合一的成效。課程具體教學目標有三：

1. 熟悉廣告與消費文化之基本概念與理論。
2. 探討廣告策略內涵與執行並以業界案例讓學生了解廣告策略運用。
3. 了解廣告產業與製作流程，實際練習廣告策略企畫、廣告創意發想與媒體購買等工作。

二、特殊創意/活動規劃

本課程不僅讓學生解廣告產業與製作流程，並能實際操作與練習廣告策略企畫、廣告創意發想與媒體購買計劃等工作，課程活動規劃詳述如下：

- 一日實務精進工作坊：課程安排假日進行一日實務工作坊，邀請業界專家就廣告策略與企畫培育學生實務能力，過程透過團隊合作學習、問題導向教學法進行。此工作坊不僅止於一般實務專題演講，而是有足夠時間進行分組直接操演，達到更好實務學習效果。
- 結合在地產業之企畫：期末企畫提案以小組為單位，與在地文旦農產品開發業者進行產學合作，業者提出產品推廣溝通的需求，學生從全學期所學，撰寫一份廣告企畫書，此工作同時搭配一日精進工作坊活動進行，藉實務案例討論與練習，讓學生循序漸進學習廣告策略企畫技能。
- 實務模擬提案與競賽：學生除完成廣告企畫書外，必須進行提案練習，並於期末進行正式提案競賽，評審由授課教師、業界專家與開發業者共同組成，學生不僅更深入認識提案流程，也能直接學習實務工作之模式與要求。

三、教學策略/教學方法

本課程結合傳播與商管跨領域教學、線上與實體跨介面學習、理論與實作跨界限培力。教學策略與方法操作方法詳述如下：

- 跨域教學：本課程由商管與傳播領域教師共同授課，從傳播溝通設計與商業管理市場區隔和消費分析為起始，讓學生了解溝通對象的消費行為模式，並認識文化、次文化和廣告表現關係，而後學生在熟悉傳播溝通的價值意涵後，嘗試應用商業管理知識規劃廣告溝

通內容，從消費分析、內容設計、溝通模式啟動傳完整學習。

- 翻轉學習：課程搭配授課教師共授之磨課師課程「廣告企畫與策略實務」¹，學生於課前先觀看當週影片，後於現場進行單元補充教學、相關案例討論，一方面，讓學生習慣多介面學習環境；另一方面，學生預先學習課程單元後，能就實務案例進行更深入討論。
- 實務養成：教學將穿插案例討論培育學生實務能力，案例選擇除當前國內廣告案例外，也包含國外經典行銷／廣告規劃案；同時透過業界專家協助，分享廣告公司實際執行之提案。授課也將分享教師們過去之實務工作經驗；如：e-mail 撰寫方法、電話禮儀注意事項、業界工作流程與要求等，讓此門課程在專業知識教授外，更培養學生注意與著重自身專業能力培養，從細節開始逐漸養成工作習慣與自我要求。
- 學做合一：本課程過去曾獲教學實踐研究計畫技術實作類補助，有完整規劃與業界協同授課經驗，本次課程亦將與業界專家進行合作，其將協助課程實務案例教學分享、工作坊講師安排與期末提案評審等。

四、課程/學程相關產業分析

相較人文、社會等領域，傳播（包含：新聞、廣電、廣告等）教育專業性較為明顯，因而課程需朝向理論或實務導向常為領域學者們討論話題。總結學者們的討論（如：王石番、陳世敏，1996；翁秀琪、2001；陳韜文，1999；潘家慶、羅文輝、臧國仁，1996；鍾蔚文、臧國仁、陳百齡，1996），大致可歸納兩項重點：

- 思考能力養成：傳播環境變遷迅速，媒體匯流情境讓個別媒體間界限逐漸模糊，故傳播教育應能培養基本的思考能力，以因應傳播環境的多變與演化，如同陳韜文（1999）所言，出色的傳播工作者在於擁有「高度的分析力與創意、豐富的知識和有效的表達能力。」
- 從實踐中學習：傳播課程應打破理論與實務知識的二元對立，藉理論知識掌握實務現象，實務訓練培養策略知識。透過鼓勵情境學習，接近真實情境讓學生學習知識運用並嘗試錯誤、強化理論教學之問題導向、增加「個案」課程設計，讓傳播教育以「從做中學」的方式開展。

上述二重點即與三創課程之「創意（構思設計）」與「創生（生活實踐）」概念相扣合。此外，後疫情時代益發突顯數位與多元模式學習重要性，故為讓學生習慣多介面學習環境、認知學習非僅止於課堂，並連結三創課程「創新（特色主題）」精神，本課程同時結合磨課師課程進行翻轉教學。

五、整體活動執行成果效益

本三創計畫最核心的效益即在跨界交融（線上、線下；商管、傳播；理論、實務）以及結合在地產品的企畫實作練習，簡要敘述如下：

- 建立跨域、翻轉、實作三合一之跨界與交融課程：本課程最核心精神在跨界與交融，一方面從授課教師的跨領域教學、課程安排的線上／下跨介面學習、以及課程設計的跨理論和實務；另一方面，則是傳播與商管知識的交融、全方位學習的整合交融以及理論與實務能力的交融。期此成果不僅能建立符合社會脈動、學習彈性與廣深合一的廣告課程內涵，

¹ 請參見：<https://www.ewant.org/admin/tool/mooccourse/mnetcourseinfo.php?hostid=9&id=2969>

也能提高學生學習動機，促進學生於思考分析與專業培養的學習成效。

- 精進教學能力並進行教學經驗分享：本計畫不僅能做為未來教學精進的基礎，成果亦將透過期末成果分享會與校內教師對話與討論，提供校內教師新型態教學操作之參考。

【質化指標】

- 結合商管與傳播教學，啟動學生跨領域學習。
- 結合線上磨課師與實體課程，增進全方位學習能力。
- 與在地產業合作，提供學生實務企畫操作練習主題，達到學用銜接的效果。
- 完成在地產品之企畫案，促進學生廣告實務能力。
- 透過期末企畫競賽，提升學生提案能力。

【量化指標】

- 結合廣告與企畫實務磨課師課程，15位修課學生通過此課程。
- 舉辦1場在地產品說明，讓學生認識在地文旦產業與相關產品規劃。
- 舉辦1場工作坊，參與24人次，精進學生廣告企畫實務能力。
- 舉辦提案競賽1場，提升學生提案能力。
- 學生參與產出在地產品之廣告企畫建議書3份。

六、多元評量尺規

- 磨課師課程（50%）：搭配磨課師完成課程要求（包含：各週次線上測驗、線上討論、課程練習題等）。
- 實體課程（20%）：實體授課有不定期作業活動，包含思考訓練、議題探討、團體討論等，將於磨課師課程結束後安排一日工作坊實務操作。
- 模擬提案（30%）：5~6人為一小組，撰寫一份廣告企畫書，內容包含：執行摘要、情境、SWOT分析、訊息策略、媒體策略、效果評估等。

七、學生整體意見與回饋（整體活動滿意度、文字意見回饋等）

- 優：結合線上教學課程讓學習更為方便與彈性，並且能按照自己的步調學習；由在地產業提供具體產品，貼近現實需求，能幫助自己學習企畫案，老師授課認真、生動有趣並且能立即給予學生回饋。
- 缺：希望報告的要求項目能更具體，線上課程測驗能多於一週時間完成。

八、檢討與建議

- 提升學習動機：許多學生對本課程所結合之線上磨課師課程頗有好評，也認為線上課程的方式能讓自己更彈性的進行學習；然而，根據後臺紀錄發現，也仍有許多學生並未每週實際完成課程，而兩週一次實體課程似乎也讓部分學生容易分散學習焦點，未來開設此課程時將調整實體與線上課程之配合密度，增加學生學習動機。
- 提升學習成效：本次透過結合在地產品之廣告企畫、一日工作坊與團體期末提案競賽方式促進學生實務能力，不過，授課過程發現，雖然多數學生亦已能初步掌握企畫工作，然而組內相互配合應更加強化。此外，課程學期後半因疫情關係改為線上進行，無論是模擬提案或實際提案競賽皆以線上方式進行，與原先設定實體提案仍有差距，未來課程將分別針對線上與實體提案進行相對應之練習設計，以更增進學生提案能力。

九、與本課程相關成果報導、競賽獲獎或研討會發表

無

十、活動精彩剪影 (請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)



邱淑媛博士介紹在地文旦產業與沾添柚沾醬



沾添柚產品試吃



一日精進工作坊之講師授課



一日精進工作坊之學生報告指導

活動紀錄表

活動主題	讓柚子不只是柚子：花蓮特色農產的製造與推廣
活動時間	110年3月23日 09時30分至11時30分
活動地點	原民院A239
主講人	行政院農委會花蓮區農改場研究員兼課長邱淑媛博士
參與人數	15
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 活動進行方式與內容 邀請行政院農委會花蓮區農改場研究員兼課長邱淑媛博士，對本學期的提案產品「沾添柚」柚子沾醬進行產品背景介紹、產品說明、產品試吃與企畫書需求。 ● 活動重點與預期助益 透過對產品背景介紹，讓學生更清楚瞭解在地柚子產業發展，並透過產品介紹與試吃，對未來廣告企畫的重點方向以及企畫需求有更深的體認。
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> ● 意見與回饋 學生認為邱課長非常專業，對於花蓮柚子產業有更多認識，同時開始反思產業相關問題，更透過試吃相關產品能親身體會產品的優良品質與思考如何協助推廣產品。
活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)	
	
邱淑媛博士介紹在地文旦產業與沾添柚沾醬	沾添柚產品企畫討論

活動紀錄表

活動主題	線上演講：數位環境下如何做好廣告
活動時間	110年4月20日 09時10分至12時00分
活動地點	https://cou04.ewant.org/course/view.php?id=276#section-7
主講人	TBWA 數位行銷顧問兼創意總監溫榮猷老師
參與人數	7則影片共600次瀏覽數，19人完成當週作業
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 活動進行方式與內容 邀請 TBWA 數位行銷顧問兼創意總監溫榮猷老師分享數位環境下如何做好廣告。 ● 活動重點與預期助益 溫老師在演講中說明數位環境對廣告工作的挑戰，並分享許多當前成功數位操作案例，更直接介紹與詳細說明做好廣告的心法與步驟，讓學生在廣告企畫與創意執行工作上有所依循，提升企畫與創意發想能力。
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> ● 意見與回饋 許多學生上完本週課程後於課程討論區發言討論數位環境中品牌行銷的操作心法，以及相關成功新媒體案例界定，透過溫老師的業界實務操作，更深入了解數位環境中廣告操作。
活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)	
	
溫榮猷老師線上演講（一）	溫榮猷老師線上演講（二）

活動紀錄表

活動主題	線上演講：傳播符號學理論與應用
活動時間	110年5月4日 09時10分至12時00分
活動地點	https://cou04.ewant.org/course/view.php?id=276#section-9
主講人	國立東華大學藝術與設計學系副教授兼主任黃成永老師
參與人數	7則影片共535次瀏覽數，26人完成當週測驗
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 活動進行方式與內容 邀請本校藝術與設計學系黃成永老師分享傳播中符號學理論與應用，透過說明符號學的概念與理論，讓修習學生更進一步認識廣告中符號的運用與效果。 ● 工作坊重點與預期助益 黃成永老師深入淺出介紹符號學相關理論，讓學生能更深入分析廣告所出現的符號及其背後意義，並在進行廣告企畫時亦能結合理論，深化廣告創意內涵。
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> ● 意見與回饋 學生表示透過本課程學習到許多傳播與符號學的新知識，都是在課堂上沒有聽過的專有名詞和介紹，且透過廣告案例分析也對授課內容更加瞭解。
活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)	
	
黃成永老師線上演講(一)	黃成永老師線上演講(二)

活動紀錄表

活動主題	一日廣告企畫工作坊
活動時間	110年5月15日 10時00分至16時00分
活動地點	原民院 A222
主講人	臺灣奧美數位事業總監李宛芸老師
參與人數	24
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 活動進行方式與內容 邀請臺灣奧美數位事業總監李宛芸老師擔任一日廣告企畫工作坊講師，上午課程由李老師教授廣告業界中的企畫工作，並透過實際案例說明讓參與學員更清楚廣告企畫流程與重點。下午則分組進行企畫提案報告，李老師針對各組企畫之環境分析與訊息、媒體策略等進行直接指導，並對策略形成與技巧進行補充說明。 ● 工作坊重點與預期助益 透過業界老師介紹讓學生能第一手接觸業界廣告企畫操作，並藉直接指導讓學生精進廣告企畫能力。
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> ● 意見與回饋 學生普遍喜歡此工作坊講師的授課方式與內容，對於廣告產業有更進一步的認識，並且藉由報告後的指導，也更清楚自身企畫的可能問題與改進方向。
活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)	
	
一日精進工作坊之講師授課	一日精進工作坊之學生報告指導

活動紀錄表

活動主題	廣告企畫提案競賽
活動時間	110年6月1日 10時00分至12時30分
活動地點	https://meet.google.com/swq-cbmz-vei
主講人	邱淑媛博士、王紹蓉老師、郭文隆老師
參與人數	15
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 活動進行方式與內容 本學期廣告企畫提案競賽，邀請產品負責人行政院農委會花蓮區農改場研究員兼課長邱淑媛博士、國立中山大學行銷傳播管理研究所王紹蓉老師以及TBWA臺灣董事總經理郭文隆老師擔任評審。 ● 活動重點與預期助益 學生整合本學期課程所學，以分組方式進行本學期廣告企畫提案競賽，讓學生不僅更深入認識提案流程，也能直接學習實務工作之模式與要求。
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> ● 意見與回饋 透過期初實吃產品，更認識企畫主題，並且和有能力的組員討論報告，練習對產品的分析進而思考未來的消費對象，讓自己學會廣告企畫工作。
活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)	
 <p>The screenshot shows a Google Meet interface. On the left, a presentation slide titled 'CONTENTS' is displayed with a table of topics: 01 執行摘要, 02 情境分析, 03 產品分析, 04 SWOT與STP分析, 05 目標撰寫, 06 競品分析比較, 07 訊息策略, 08 媒體策略, 09 效果評估, 10 參考資料. Below the table, the text '執行摘要' and '調查結果 消費者願意付出更多錢購買有特色、高價的特色醬料' is visible. On the right, a grid of video thumbnails shows several participants in the meeting.</p>	 <p>The screenshot shows a Google Meet video grid. Several participants are visible with their names in colored circles: 嘉元 (purple), 月婷 (red), 翰淋 (green), 冠愉 (green), and others. The interface includes standard meeting controls at the bottom like mute, video, and chat.</p>
分組線上提案	王紹蓉老師講評