

國立東華大學教學卓越中心  
110-2 三創教學課程成果報告書

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、110-2 期末成果報告確認-----	2
貳、執行成果總報告-----	3
參、附件-----	7

**國立東華大學-三創教學課程  
110-2 執行成果報告書確認表**

課程/學程名稱：廣告策略與企劃		
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：27		
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 5-8 張即可 (請將檔案另外上傳並控制在 20 MB 以內以便日後回報教育部)

- 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的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，而後學生了解傳播溝通的價值後，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。最重要的，兩位授課教師皆具廣告公司實務經驗，深感業界訓練的思考邏輯、工作態度、習慣乃至專業養成是一輩子的資產；因此，在課程規劃、教材選擇、教學方法皆著重與實務連結，深化與業界協同教學與操作。而為增進學生實作經驗，本課程與業界合作，由業界教師提供其公司實際執行之案例作為模擬提案主題，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：

- 實務指導：課程邀請業界專家就廣告創意以及廣告製作兩面向培育學生實務能力，過程透過團隊合作學習、問題導向教學法進行。此講座不僅止於一般實務專題演講，而是讓學生有機會練習操演，達到更好實務學習效果。
- 提案競賽：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」，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，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。
- 與業界老師合作，提供學生實務企畫操作練習主題，達到學用銜接的效果。
- 完成廣告企畫書，促進學生廣告實務能力。
- 舉辦期末提案競賽，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，共 28 位學生通過線上課程（含修習本課程同學）。
- 舉辦 1 場廣告企劃說明，幫助學生熟悉廣告產業企劃與製作流程。
- 舉辦 2 場專題講座，參與 38 人次，精進學生之廣告企畫與製作之實務能力。
- 舉辦提案競賽 1 場，提升提案能力。
- 修課學生共完成廣告企畫書與 5 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：廣告製作流程是最大收益，在製作過程中能了解各個部分內容，並把課堂所學應用進去。老師很用心的教學，課程也都很有趣；喜歡小組之間的互動，需要一直動腦進行很多發想，並與同學溝通，老師細心的回覆，都會給出實質上的建議。
- 缺：兩位老師對於報告想法可以再一致一點就好，可以提供更明確的報告內容準備方向。磨課師易操作，參與時間也不會過長，但有時候會不小心忘記。

## 八、檢討與建議

- 整合虛實課程：本次實體與線上課程同步每週上課，並且利用課程小活動對線上課程內容進行預習與複習，同時增加四次網路直播與同學們互動，雖然明顯感覺實體課程同學們在磨課師課程參與有較前次積極，但仍有部分同學容易忽略或忘記上課，未來或可再增加更多實體結合虛擬的互動活動，增進實體與磨課師課程的整合。
- 教師相互整合：本次透過提供業界實際案例之廣告企畫練習、實務指導與提案競賽促進學生實務能力，不過，授課過程發現，雖然兩位老師已是第二次共同授課，也比前次授課更有默契，但一些細節說明和教學模式仍能更加磨合，才能完整發揮跨領域教學的綜效。

## 九、與本課程相關成果報導、競賽獲獎或研討會發表

無

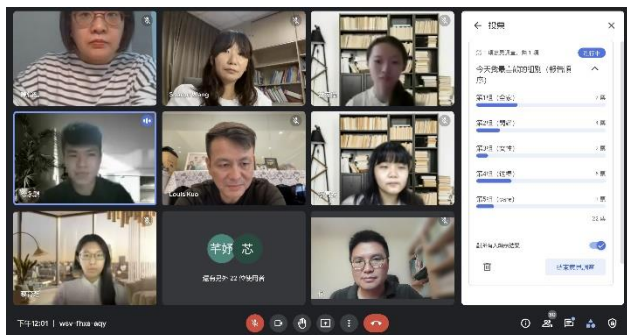
## 十、活動精彩剪影 (請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)



郭文隆老師分享廣告實務工作



林晏仔老師傳授廣告創意心法



期末提案競賽郭文隆老師講評



期末提案競賽王紹蓉老師講評

### 活動紀錄表

活動主題	廣告策略與企劃實務
活動時間	111年3月22日 10時00分 至 12時30分
活動地點	原民院 A239
主講人	TBWA 臺灣董事總經理郭文隆老師
參與人數	17
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活動進行方式與內容 邀請 TBWA 臺灣董事總經理郭文隆老師分享廣告企劃實務並說明期末提案主題。</li> <li>● 活動重點與預期助益 郭老師在演講中說明廣告業在和廠商(客戶)提企劃案的步驟及過程,並分享許多歷年來經手過的廣告企劃例子以及業界之間合作的經驗談,讓學生對廣告產業的現況和未來發展、廣告企劃上有所構思,提升廣告策略與企劃發想和執行的眼界與思考。</li> </ul>
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 意見與回饋 學生們表示本次郭老師的講座讓自己更認識廣告業界生態是「信任的產業」,另外除了語言溝通及電腦能力方面也是現今廣告產業的趨勢外,透過郭老師分享許多廣告企劃的例子,對如何撰寫且有條理的訴說一個對客戶而言是有吸引力的企劃書更加瞭解。</li> </ul>
活動剪影(請檢附二至四張活動照片,並予以簡述)	
	
郭文隆老師分享廣告實務工作(一)	郭文隆老師分享廣告實務工作(二)



附件二

活動紀錄表

活動主題	廣告創意策略心法
活動時間	111年4月26日 10時00分至13時00分
活動地點	原民院 A338
主講人	宏將廣告創意策略總監林晏仔老師
參與人數	20
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活動進行方式與內容 邀請宏將廣告創意策略總監林晏仔老師與同學們分享廣告創意的心法，帶領同學從目標群體情感的觸發和生活覺察認識廣告創意。</li> <li>● 活動重點與預期助益 林老師在演講中介紹廣告創意工作流程，並分享許多過去知名廣告創意的案例，更直接介紹與詳細說明做好廣告的心法與步驟，提升廣告企劃與創意執行的知識，並且增加企劃與創意發想的能力。</li> </ul>
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 意見與回饋 學生們普遍喜歡林老師演講中的廣告創意影片例子，並認知到廣告創意和策略無標準答案，跳脫框架以多元角度為消費者解答問題，便會是好的廣告創意策略，從日常生活上的自我覺察也能是誘發創意的關鍵，經林老師的演講學生們更瞭解廣告創意的思維與方向。</li> </ul>

活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)





林晏仔老師傳授廣告創意心法（一）



林晏仔老師傳授廣告創意心法（二）

### 活動紀錄表

活動主題	廣告影片製作實務
活動時間	111年5月3日 10時00分 至 13時00分
活動地點	原民院 A239
主講人	東華大學教學卓越中心洪岱郁老師
參與人數	18
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活動進行方式與內容 邀請語傳系畢業學姐、教學卓越中心的洪岱郁老師分享在製作廣告時的影像編排及廣告剪輯上可以應用的操作技巧和注意事項。</li> <li>● 活動重點與預期助益 透過洪老師影像製作的經驗帶領學生認識影像剪輯的工具應用，讓學生更瞭解如何用手邊的素材和軟體製作廣告中的影像，並透過介紹影像的分鏡畫面和鏡頭操作，對廣告影像的前置和畫面更熟悉。</li> </ul>
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 意見與回饋 學生們表示透過此次講座瞭解到廣告中的影像是如何製作與如何以細節吸引觀眾眼球，也從洪老師的分享舉例中學習到實用的剪輯細節、資源與素材，對未來想繼續嘗試製作影像是相當有助益的。</li> </ul>
活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)	
	
教學卓越中心洪岱郁老師演講 (一)	教學卓越中心洪岱郁老師演講 (二)

### 活動紀錄表

活動主題	廣告企畫提案競賽
活動時間	110年5月17日 10時00分 至 12時30分
活動地點	線上提案競賽 (Google meet)
主講人	王紹蓉老師、郭文隆老師
參與人數	25
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 活動進行方式與內容 本學期廣告企畫提案競賽，邀請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。</li> <li>● 活動重點與預期助益 學生們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，不僅能更深入認識提案流程，也直接學習實務工作之模式與要求。</li> </ul>
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 意見與回饋 此次廣告提案以較高價位的商品飛利浦電動牙刷做提案練習，和組員從期初對產品的構想並討論企劃書和提案策略，練習產品分析和思考如何說服消費對象，最終由評審老師給予學生建議，增進自己對廣告策略和企劃的實務與溝通的經驗，並從各組汲取更多廣告創意的激盪。</li> </ul>
活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)	
	
期末提案競賽郭文隆老師講評	期末提案競賽王紹蓉老師講評