

國立東華大學教學卓越中心
113-2IDEAS 教學課程計畫成果報告書

計畫主持人：林家五
單位：企業管理學系

目錄

- 壹、113-2 期末成果報告確認-----自行編列頁數
- 貳、執行成果總報告-----自行編列頁數
- 參、附件-----自行編列頁數

國立東華大學-IDEAS 教學課程計畫 113-2 執行成果報告書確認表

課程/學程名稱：廣告心理學		
授課教師：林家五教授		
服務單位：企業管理學系/教授		
班級人數：18		
勾選	檢核項目	說明內容
<input type="checkbox"/>	本確認表	請確實填報，以俾利核對
<input 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 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 type="checkbox"/>	AI 培訓講座/工作坊	<p><input type="checkbox"/> A 類 素養導向、C 類 跨領域課程 5/7 Microsoft365 從課程設計到團隊執行的 數位工作流程實戰</p> <p><input type="checkbox"/> B 類 AI 科技運用(2 場) 1/10 Microsoft365 Copilot -教學與研究上的 最佳 AI 助手 5/7 Microsoft365 從課程設計到團隊執行的 數位工作流程實戰</p>
<p>依據 IDEAS 教學課程計畫辦法第四條，受補助計畫主持人有義務參加舉辦之AI 培訓講座/工作坊，A 類素養導向課程與C 類跨領域課程1 場講座；B 類 AI 科技運用為2 場講座，以培養教師 AI 應用的能力，因應未來發展趨勢。</p>		

- 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)

IDEAS 教學課程計畫-執行成果總報告

素養導向/AI 應用/跨領域課程

一、教學/計畫目標

本課程結合心理學素養與 AI 數位科技應用，培養學生分析廣告策略與實際操作數位投放的能力。學生將透過廣告心理學理論理解消費行為，並運用 AI 工具設計並投放廣告，提升問題解決、創意發想與團隊合作能力。

二、課程內容特色

本課程融合 IDEAS 教學理念，透過：

- Innovation：引導學生以廣告心理學理論為基礎，創新設計數位廣告策略。
- PBL：從廣告主實際需求出發，規劃並解決真實商業問題。
- Design：設計視覺與影音廣告內容。
- Explore/Experience：實際投放廣告於 Facebook，觀察數據反饋。
- AI 應用：應用 AI 工具如 Canva、Jasper、Chatgpt 等進行廣告製作與文案生成。
- Skills：培養分析、表達、團隊溝通與專案管理能力。

三、整體活動執行成果效益

主要 教學法	課程大綱		學習(質化/量化)成果
	學習主題	執行過程	
Innovation	廣告心理學理論 基礎	以教學 Fennis, B. M., & Stroebe, W. (2021). The Psychology of Advertising (3 rd edition). NY: Routledge Press. 為理論基礎	每週下課隨堂小考上週教學主題
PBL	與業主溝通	從廣告主實際需求出發，規劃並解決真實商業問題。	設計與討論業主需要
Design	設計廣告	透過 AI 工具設計廣告	使用 AI 工具協助處理排版及風格篩選
Explore/Experience	投放廣告	實際投放臉書廣告	五萬多的點擊次數
Skills	團隊溝通	小組討論溝通及分析	廣告文案、短影音

四、多元評量尺規

本課程採用多元評量方式，以促進學生的素養導向學習，包括：

- 過程性評量：針對課堂參與、期刊報告、作業繳交等進行評分。
- 成果性評量：依數位廣告投放結果（如觸及率、點擊率等）、團隊簡報與創意設計進行評分。
- 同儕互評：學生間互評團隊廣告內容的吸引力與說服力。

五、學生整體意見與回饋（整體活動滿意度、文字意見回饋等）

課後回饋問卷顯示，大部分學生對數位廣告投放活動感到新鮮且具有挑戰性，認為能實際應用 AI 工具製作廣告影片與平面設計，對未來就業有實質幫助。

部分學生表示希望有更多時間進行廣告成效追蹤與優化操作練習。整體而言，學生對課程整合理論與實作的安排表示高度肯定。

六、檢討與建議

- 本期活動的執行困難處及問題
- 對教學過程有何改善或精進之處，調整課程或教學目標。

當前困難/問題	未來改善/精進
廣告投放平台與工具操作時間有限，部分學生對投放系統不熟悉	建議未來課程增加一週平台教學與試投練習課程，讓學生更熟悉操作流程

七、與本課程相關成果報導、競賽獲獎或研討會發表

本課程成果將學生創作的數位廣告影片上傳至 Facebook 與 Instagram 實際投放，並觀察觸及與互動成效，形成完整廣告操作報告，具實務應用價值。



模糊烘焙工作室 MOHU

Bakery

贊助 ·

... X

【明天比今天更好吃的麵包】

◆文末有活動資訊◆

「模糊」來自店主的信念：人生模糊一點，快樂多一點

不管冷吃熱吃都好吃，隔天吃依然柔軟Q彈

用最好的食材，做最簡單、最純粹的美味

活動資訊

憑此「活動資訊截圖」，消費滿\$200即贈鹽可頌一個，每日數量有限，每人限贈送一次，送完為止

活動時間：即日起至114年6月12日為止

FB/LINE社群預訂，或現場購買（預約優先，售完為止）

新北市三重區長興街86號

每週二、四 17:30 開始販售，賣完為止

#鹽可頌 #上班族小確幸 #明天比今天更好吃

包 #模糊烘焙工作室 #蘋果酵母 #三重美食 #

味道

鹽可頌

嚴選原料

日本麵粉

自製蘋果酵母

法國奶油和灰海鹽

明天比今天更好吃的麵包

模糊烘焙工作室
MOHU Bakery

觀看更多

經典招牌
鹽可頌

每日新鮮

模糊烘焙工作室
MOHU

已完成 • 5月29日

編輯

再次加強推廣

查看成果

廣告

網站訪客人數

【明天比今天更好吃的麵包】 ◆ 文末有活動資訊 ◆ 「模糊」來自店主的信念：...



51,055
瀏覽次數

33,133
觸及人數

1,578
連結點擊次數

NT\$2,911
每天花費NT\$780 ⓘ

瀏覽次數 ⓘ

51,055
↑ 11.1 萬%

過去 7 天

顯示更多

觸及人數 ⓘ

33,133
↑ 7.9 萬%

過去 7 天

顯示更多

貼文互動 ⓘ

1,625
↑ 100%

過去 7 天

顯示更多

連結點擊次數 ⓘ

1,579
↑ 100%

過去 7 天

顯示更多

附件一

陸、活動紀錄表

活動主題	從熱情到事業：餐飲與烘焙創業的心路歷程
活動日期	114 年 3 月 7 日
活動地點	管理學院 D118
演講者	吳雅婷、魏可芬
參與人數	35
活動內容	<p>● 活動或講座進行方式與內容</p> <p>講者簡介： 本次講座邀請兩位優秀的系友，分享她們在餐飲與烘焙創業路上的親身經歷：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 吳雅婷學姊：曾任特助與專案經理，原無創業規劃，因工作中展現潛力而受到鼓勵創業，最終選擇投入餐飲領域。歷經八年經營品牌逐漸穩定，善於從問題中找解方，並結合在地食材與寵物友善空間打造特色產品，具備品牌經營與地方創生的實務經驗。 • 魏可芬學姊：創辦「模糊烘焙工作室」，從國中即立志投身烘焙領域，自學美學、人脈經營與 AI 技術，透過實習踏入業界，累積產品開發與品牌行銷力。擅長將興趣轉化為事業，展現堅定的行動力與學習力。 <p>活動 / 講座目的： 本次講座旨在鼓勵學生探索熱情、了解創業歷程，並掌握如何透過自媒體與網路行銷工具，發展個人品牌與創業事業。內容聚焦於從實際經驗中學習問題解決、資源整合與品牌經營。</p> <p>內容與重點摘要：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 吳學姊強調創業不是夢想，而是現實中須考量「產、銷、人、發、財」等面向的系統性規劃。 • 魏學姊以「模糊烘焙工作室」的創業故事說明從興趣到專業的轉換，鼓勵學生及早實習、自主學習並善用資源。 • 講者皆提到創業路上的挑戰與孤獨，但也正因如此更能鍛鍊出堅韌的意志與實務能力。 • 核心理念如：「做對的事比做完更重要」、「機會留給準備好的人」、「模糊地看世界，會更快樂」皆激勵人心。 <p>進行方式 / 流程簡述： 講座採雙人分享方式，兩位講者依序介紹自身創業經歷與學習歷程，並與同學進行互動問答。講座內容兼具啟發性與實用性，引導學生深入思考自我成長與未來職涯方向。</p>
活動回饋 與 成效	<p>● 意見與回饋</p> <p>透過吳雅婷學姊與魏可芬學姊的真實故事，參與者得以深入了解創業初期的困難與因應策略，並學習到如何善用自媒體與網路工具進行品牌經營與市場拓展。講者強調「創業並非夢想，而是現實的挑戰」以及「機會留給準備好的人」等觀念，使學生重新思考自身專業學習與職涯規劃的連結性。整體而言，活動具實質教育意義，能有效強化學生的行動力、問題解決能力與創業思維，達成活動預期目標。</p>

活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)



模糊烘焙的市場定位

- 獨特定位—
 - Slogan：明天比今天更好吃的麵包
 - 使用自養蘋果酵種
 - 提供客製化服務
- 目標客群—
 - 負責準備早餐的懶媽媽
- 市場趨勢與需求(消費者痛點)
 - 難吃的隔夜麵包
 - 安心、安全
 - 快速、方便

邀請學姊分享創業經驗

闡述當初設定烘焙屋的市場定位及鎖定目標客群