

國立東華大學教學卓越中心
112-2 三創教學課程成果報告書

計畫主持人：黃毓超
單位：民族語言與傳播學系

目錄

壹、112-2 期末成果報告確認-----	3
貳、執行成果總報告-----	4
參、附件-----	7

**國立東華大學-三創教學課程
112-2 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		
服務單位：民族語言與傳播學系 / 副教授		
班級人數：20		
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

本課程讓學生從了解溝通對象的消費行為模式開始，並認識文化、次文化和廣告表現關係，而後學生學習廣告策略與企劃流程後，嘗試規劃廣告溝通內容，從消費分析、內容設計、溝通模式啟動傳完整學習。此外，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。為增進學生實作經驗，本課程邀請業界老師指導廣告策略，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實際個案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劃、廣告創意發想與媒體購買等工作。

二、特殊創意/活動規劃

本課程的重點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劃、廣告創意發想等工作，課程規劃分為創意培養、創新實作、創造成果，分述如下：

1. 創意培養：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，本次課程亦將與過去業界老師進行合作(TBWA 臺灣董事總經理郭文隆先生)，協助課程實務案例教學分享、企劃主題提供、講師安排與期末提案評審等。
2. 創新實作：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（如：坎城廣告獎案例）；同時透過業界老師協助，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。
3. 創造成果：期末企劃提案以小組為單位，以實際協助推廣小農茶莊青心茗坊為主題，學生透過全學期所學撰寫一份廣告企劃書並於期末進行提案競賽。此外，學生除完成廣告企劃書外，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、領域學者及業界老師共同組成，學生不僅深入認識提案流程，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

以生活中的行銷案例作為模擬提案主題，透過分組實作，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。

四、課程/學程相關產業分析

相較人文、社會等領域，傳播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。總結學者們討論（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：

1. 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，一個出色的傳播工作者應具有豐富知識，展現創意與分析能力，並能有效的表達。
2. 從實作中學習：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，讓傳播教育以「從做中學」方式開展。

此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。因此，本課程將帶領學生從認識廣告、行銷基礎概念開始，逐漸了解廣告策略與企劃方法，而後應用所學規劃廣告溝通內容。而為增進學生實作經驗，本課程與業界合作，進行模擬提案競賽，學生藉此過程學習廣告策略、規劃設計、溝通內容與提案練習，達到學作合一的成效。

五、整體活動執行成果效益

【質化指標】

- 結合理論與實務教學，促進全方位學習能力。
- 與業界老師合作，指導學生提案，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】

- 舉辦2場廣告策略與企劃實務講座，參與31人次，精進學生廣告企畫與製作實務能力。
- 舉辦提案競賽1場，提升學生提案能力。
- 修課學生共完成廣告企畫書4份。

六、多元評量尺規

- 課程參與（45%）：課程有不定期課堂活動，包含思考訓練、議題探討、團體討論等。
- 作業練習（20%）：課程包含4次與課程連動之作業練習，包含：自我行銷、品牌分析、消費日記、媒體使用紀錄等。
- 模擬提案（35%）：以組為單位，撰寫一份廣告企劃書，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）

期中回饋節錄：

「課程請到相關領域的講師演說。」；「每堂課的貼合教導方式，能夠配合上課內容講述現代學生更有共鳴性的內容，引發大家的興趣，並盡可能的讓學生簡單理解。」；「可以看到很多有趣的廣告。」；「能從不同內容裡去自行吸收，還有範例影片搭配，都很符合學生。」

八、檢討與建議

- 本次課程在地震後逐漸調整為線上授課，明顯感覺部分同學容易忽略課程或學習動機降低，雖然過程與期末提案皆嘗試以實體與線上混合方式進行，但感覺效果有限，未來需要再設計實體結合線上的課程活動，增進學習動機與成效。

九、與本課程相關成果報導、競賽獲獎或研討會發表

無

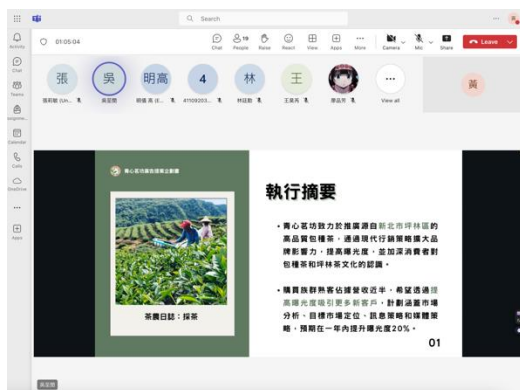
十、活動精彩剪影 (請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)



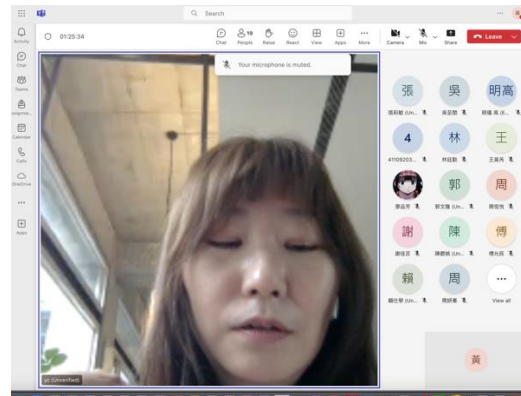
郭文隆老師分享廣告產業與工作



李宛芸老師傳授廣告策略實務





期末提案競賽過程



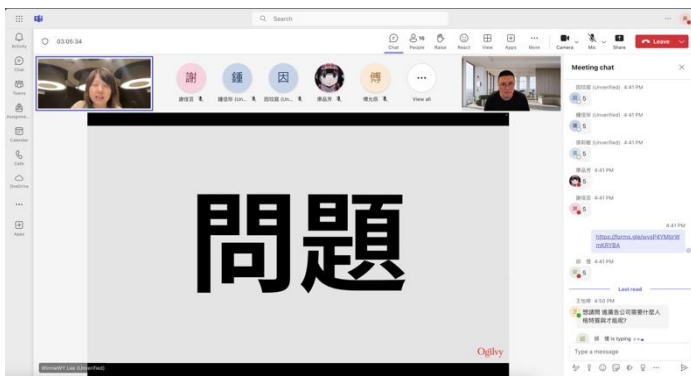
期末提案競賽講評

活動紀錄表

活動主題	廣告策略與企劃實務講座：廣告與產業介紹
活動時間	_113_年_3_月_12_日 _14_時_10_分 至 _17_時_00_分
活動地點	原民院 A212
主講人	TBWA 臺灣董事總經理郭文隆老師
參與人數	16
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 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產業與工作流程並就期末主題進行建議。 ● 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。
活動回饋 與 成效	<ul style="list-style-type: none"> ● 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產業的實際層面，並且了解廣告企劃和提案考量的多種面向，同時透過郭老師分享工作與人生經驗，不僅對廣告企劃實務工作有更深入的了解，也學席了一些正面與積極的人生觀。
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企劃實務工作	郭文隆老師分享廣告企劃實務案例

活動主題	廣告策略與企劃實務講座：如何產出好策略
活動時間	_113_年_5_月_14_日 _14_時_10_分 至 _17_時_00_分
活動地點	線上演講
主講人	臺灣奧美顧客體驗諮詢顧問副總李宛芸老師
參與人數	15
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 活動進行方式與內容 邀請臺灣奧美顧客體驗諮詢顧問副總李宛芸老師講授廣告策略與企畫實務工作，透過實際案例說明讓學生更清楚廣告企畫流程與重點，並針對學生對企劃內涵的問題進行指導與說明。 ● 活動重點與預期助益 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 學生們表示本次李宛芸老師的講座讓自己更認識廣告策略制定的方向與方法，並且透過李老師在不同廣告的操作經驗也更了解廣告產業工作的內涵。

活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)

	
李宛芸老師傳授廣告策略實務	李宛芸老師傳授廣告策略實務

活動主題	廣告企畫提案競賽
活動時間	_113_年_6_月_4_日 _14_時_00_分 至 _16_時_30_分
活動地點	線上提案競賽與現場指導
主講人	王紹蓉老師、郭文隆老師
參與人數	17
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，邀請國立中山大學行銷傳播管理研究所王紹蓉所長以及 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。
活動回饋與成效	<ul style="list-style-type: none"> ● 意見與回饋 此次廣告提案以在地小農清心茗坊做為提案練習，學生透過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策略的激盪。

活動剪影(請檢附二至四張活動照片，並予以簡述)

	
<p>期末提案競賽過程</p>	<p>期末提案競賽講評</p>