

一、目標、特色與自我改善

(一) 訪評意見

該系是台灣最先成立之廣告系級高等教育單位，二十年來培育約一千名畢業生，為廣告、公關等相關產業服務，有一定的辦學績效，師生對培養具人文素養的現代化專業廣告人才，與強化具前瞻使命的系統化廣告學術發展等教育目標尚有概念，從課程設計與教師教學、學生學習與學生事務、畢業生在工作上的表現、以及實地訪評師生的表現等層面，大致可以瞭解師生對該系教育目標頗為熟稔，惟學生對人文素養的意涵所涉及廣告專業以外觀念的灌輸似應加強。

該系教育目標所強調的「具前瞻使命之學術發展」，與文化大學校務發展尚稱吻合，特別是該系蘊含的五種涵養、四種能力和三種特質的培養，雖然稍嫌廣泛模糊，但卻顯示對廣告教育的用心。

該系已有自我評鑑機制的運作，能容納校內其他系所教授進行評鑑，也能邀請校外學者專家參與評鑑，尚稱客觀，用心良苦，而課程也能依循自評結果從事改善，增聘師資、強化設備、拓展使用空間，顯示學校對自評的重視，但對教師研究與升等似待加強，二十年間似無專任教師以研究成果升等，對該系聲譽和教育宗旨與目標似有影響。

(二) 改善建議

根據上述訪評意見，茲提供下列建議以為參考：

- 1.繼續加強人文素養教育，鼓勵落實通識教育，對於廣告專業以外之文史哲、自然科學概念的啟發，可從課程設計與學生活動中予以加強。
- 2.五種涵養、四種能力和三種特質培養的教育目標內涵稍嫌廣泛，不易落實，焦點不夠清楚，宜重新檢討，以符應課程設計重點，促進與相關學生活動的執行。

- 3.自我評鑑機制運作貴在於改善與實踐，教師研究與升等應予加強、鼓勵以提升士氣，況且無教授級專任教師也會影響系譽與該系特色的彰顯。

二、課程設計與教師教學

(一) 訪評意見

該系目前規劃三個學群，包括廣告策略、廣告表現創作及創意產業行銷，課程安排與教師專長大抵符合需求。專任教師目前雖有8位，但在廣告表現創作及創意產業行銷師資仍有些不足，專任教師之基本授課時數，以助理教授10小時來說，仍超出部訂的9小時。

該系教育目標雖為理論與實務並重，但課程安排與設計上仍偏向實務，實務導向顯然已是該系的特色，這點值得嘉許。但訪評過程中發現，幾乎所有課程皆以大班授課，部分實務課程因人數過多而影響教學與學習效果。學生必修學分(含共同必修與系學群必修)接近3/4，僅餘1/4的學分可選修，對於學生若想選修外系課程或發展第二專長恐有受限。廣告表現創作課程面向雖廣，但專精度仍不足，訪談過程中學生反映，專業設計課程，特別是進階設計與數位設計部分之師資、設備尚待加強，本年度雖採購31台MAC電腦，如何結合課程尚待觀察。該系長久以來持續舉辦畢業展覽，相當難能可貴，亦獲得在校生與畢業生的認同，幾年下來，文大廣告畢業展在各校中維持其特別的風格與傳統。

(二) 改善建議

根據上述訪評意見，茲提供下列建議以為參考：

- 1.宜增聘廣告表現創作及創意產業行銷之專任師資，減低教師教學負荷。
- 2.建議部分實作課程可以降低授課人數，以提高師生教學互動。
- 3.該校系所眾多資源相對豐富，建議降低必修學分，並積極、

有效輔導學生學習人文、藝術與行銷管理課程，以培養具宏觀視野暨淵博人文素養的現代公民。

4.廣告國際化日趨重要，通識教育雖有英文課程，但學生外文能力普遍尚待加強，建議未來能規劃廣告專業科目以英語講授，以提昇學生外文能力。

5.系上發展雖著重實務教學，但不可偏廢學術活動，2005 年開始陸續舉辦研討會，該系雖無碩士班，但已有高年級學生發表論文，未來宜繼續辦理，並擴大、鼓勵師生參與及發表著作。

三、學生學習與學生事務

(一) 訪評意見

該系目前設有廣告策略企劃、廣告表現創作與創意產業行銷三個專業學群，課程規劃似能滿足學生需求，課程設計能充分反映廣告及創意產業發展趨勢，選修科目修習人數約為 20 至 40 人，課程內容進行時強調互動的教學效果，做法值得肯定。但有些班級選課人數超過 80 人，對於互動效果產生折扣。

系內目前擁有專用教室 3 間，教室幾乎皆設有 E 化多媒體設備、廣告攝影棚 1 間，九十六學年度於大成館二樓完成 31 台以 APPLE MAC PRO 系統為主的電腦專業教室，供主修設計學生使用，惟有些其他非主修設計學生認為，該系設備數量未能滿足其學習所需。

大三畢業實習分團隊實習與個人實習，其中團隊實習頗為創新，可連結至大四畢業展之展出主題，已獲業界好評，其畢業展含專案實務組作品組及論文組，於每年三月間舉辦。

該系目前設有導師輔導平台與課程輔導平台，學校並設有身心障礙學習中心，顯示學校對弱勢團體的照顧，值得肯定。導師每週 6 小時留校時間，每月至少開班會一次，導師未主動安排晤談時間，

學生有生活上的問題，可透過 E-MAIL 與導師進行互動。系上對學生課業相關問題設有學術導師，由研究生進行輔導。

(二) 改善建議

根據上述訪評意見，茲提供下列建議以為參考：

1. 為了強化教學互動效果，宜盡量控制選課人數，以落實學習成效。
2. 強化導師主動與學生晤談機制，以落實生活與學習輔導，宜增加每個月定期開班會次數，以掌握輔導時效與效果。
3. 系內擁有之專用教室、E化多媒體設備、廣告攝影棚，和電腦專業教室等儀器設備宜繼續增加，以滿足學生學習需要。
4. 擬定相關獎勵法規，設計更具體之相關獎勵機制，以鼓勵學生參與相關國際學習活動，強化國際化。

四、研究與專業表現

(一) 訪評意見

資深教師們對於近幾年硬體設備的改善都深表肯定，因為不僅有助於教學的準備，更有益於研究進行。其中，資深教師的教材準備與內容已經E化，新進教師對於學術活動的參與度頗高，主要原因之一就是硬體設備提供的改善，教師們均對此教學設備與研究環境表滿意。

此外，教師們對於自己的課程安排都表滿意，與個人專長和研究興趣都頗為符合，教學負擔尚稱合理，教材內容也都E化，利於學生的學習準備，值得肯定。

除了平時教學外，教師對於學生的課業輔導與其他相關的競賽活動、實習等也都積極投入，讓學生有更多的專業學習管道，值得嘉許。

教師申請國科會與通過案件明顯比以前高，值得肯定。此外，

該系出版發行的《中國廣告學刊》，對於鼓勵教師發表研究成果有正面助益，可以提高系上推廣廣告研究的形象。另外，每年定期舉辦的學術研討會，對於帶動教師研究的活力也有很大的幫助。但是，教師對於整合型計畫的參與度較低，主要原因來自於不知該如何進行這類型研究，以致這類型的研究能量明顯偏低。

（二）改善建議

根據上述訪評意見，茲提供下列建議以為參考：

- 1.該系教師與業界關係良好來往密切，可以多加爭取與產業合作的計畫，更加落實產官學研合作的執行。
- 2.教師研究與其升等有密切關聯，除了相關教師升等辦法外，學校如能提供積極鼓勵協助措施，對於教師研究質量的提升應有實質的助益。例如除了鼓勵更多教師每年都提出國科會申請外，對於提出申請的案件，如果不通過被退件者，校方可再次審查，並考慮以學校的立場進行部分金額補助，以協助教師進行研究，對於研究產能的提高必有助益。
- 3.除了參加校內自行舉辦的學術活動外，可以多加擴展其他學術社群的學術活動，以提高教師和其他學校教師的學術交流，並提高該系研究產量的能見度，而教師研究交流也可以考慮在教學工作坊中分享，建立教師們研究資源與心得的分享，提高彼此的研究士氣。
- 4.宜將系上出版的學術期刊《中國廣告學刊》之學術層次更加提高，包括控管論文內容品質以及向其他各校發出徵求論文的資訊，才不會導致每期內容的稿源主要都是以系上教師研究為主。

五、畢業生表現

(一) 訪評意見

關於系友會部分，該系二十年來已有畢業生一千多名，設有系友會組織，系友會設會長及副會長各一名，每年改選一次，且得連任，通常於每年三月間畢業展時召開系友大會，並改選會長及副會長。

因每年系友會在畢業展時同時召開，應屆畢業生都會盡力邀請畢業學長參與活動，所以系友參加較為踴躍。

系友會無固定會址，事務由兩位教師及一位助教兼辦，對於畢業系友資料每年都更新及整理，所以資料尚屬完整。

近年來系裡推動「大手牽小手」活動，鼓勵系友「認養」在校生，提供實務經驗，同時也與母系產生良好互動關係。

在畢業生就業部分，依據該系統計，畢業生進入廣告代理業界約佔 18.4%；媒體業 17.3%；資訊業 10%；廣告設計界 6%；公共關係 4%；3% 進入傳播製作領域，合計約有 58.7% 畢業生從事廣告相關領域的工作，顯示所學大部分與其日後就業市場相符合；也有部分從事金融、電信、食品飲料、生化醫療、美容化妝、百貨商城或非營利機構、政界助理、行銷企劃、教育、公職等工作，及約 10% 的畢業生在國內外大學之傳播與教育相關領域繼續深造，可見該系學生的出路頗為多元，能學以致用。在廣告業界服務之系友，業界一般評價都不錯，有很多已居總監、協理、副總經理等高階位置。

(二) 改善建議

根據上述訪評意見，茲提供下列建議以為參考：

1. 該系將來在進行課程設計時可諮詢系友意見，使符合市場潮流，貼近業界需求。