

## 一、目標、特色與自我改善

### (一) 訪評意見

該系設定宗旨與目標能明確指出學生畢業時應具備的核心能力。為因應媒介整合與全球化趨勢，及配合院發展的原則及策略，全院打破系所藩籬，採取「分系作菜、全院辦桌」之模式，學生可依個人生涯規劃及職場特性各取所需，但學生對該系教育宗旨與目標仍缺乏瞭解與認同。

學士班目前設有「廣告企劃」、「公共關係」與「跨媒介創作」學程，每個學程皆明確指出學程宗旨及核心能力的養成，符合廣告生態發展趨勢。各學程皆設有召集人，定期檢討該系擔負學程教育目標與校院願景及總目標的適合程度。

為了避免課程重疊性，該系採取降低授課時數及資源共享之方式，目前已朝第三次學士班學程大整合；碩士班課程自 91 年進行重整，預計 98 年實施新課程。雖然傳播整合已就緒，但在行政作業上似乎不易銜接。再者各學程的核心競爭力不同，該系教育目標重新設定後，易造成師資與課程調整的困難度。

### (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. 該系宜加強宣導教育宗旨與目標，提升學生對其之瞭解與認同。
2. 有關學程的實施方法，宜透過各種管道，加強宣導以免造成誤解。
3. 在進行組織變革時，宜考量系所與學程設定新的教育目標，並給予行政作業上更長的緩衝期。

## 二、課程設計與教師教學

### (一) 訪評意見

該系二十年來，配合學院教育目標與課程設計，涵蓋人文、社會科學、自然科學、生命科學等通識的養成。依學生個人所需，循序漸進培育「懂方法」、「具創意」、「有理想」之廣告公關及行銷傳播專才。

該系課程採前段不分系與學程制，課程力求開放多元，強調學生之主體性，以因應環境的變遷。該系三個學程運作多年，課程內容融入新的課題，以呼應時代的需求。例如「廣告企劃」學程的網路廣告相關課程，涵蓋 web2.0 環境的新議題，媒體的課程也介紹許多新興電腦軟體的應用。然該系教育目標乃朝向研究型大學發展，與該系學士班著重與實務界互動之課程設計似難相輔相成。

該校有多項教師獎勵制度，該系教師因表現傑出，申請減授者眾，造成部分學程開課數量減少，或由其他教師支援開課，因而加重了其他教師的教學負擔。

配合學校，朝研究型大學發展，學士班與實務界互動，在課程設計已有充分改善。但此與研究型大學教育目標方向似難相輔相成。

學士班有些課程下學期開放一半名額給他系學生選修，造成學生選課困擾與權益受損。

### (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. 為免教師集中時間休假、出國研修、講學及借調等情事，除事前協調外，宜增聘專兼任教師，以降低對開課數量的衝擊。
2. 學士班對實務演練已具有完整的改善機制，但對欲繼續深造學生，該系課程內容深度上宜進一步強化。
3. 有關學生選課權利受損，建議增開相關熱門課程。

### 三、學生學習與學生事務

#### (一) 訪評意見

該系每學期的開設課程，大致能依學生需求循序漸進安排。課程對思考及創意發揮均有助益，多數教師教學能協助學生有效達成教學目標。然理論創意研發課程較多，實務經驗專長師資偏少。

學校雖有導師制度之設置，但該系未能完全落實，仍有少數學生與導師缺乏互動。

有些班級能依規定進行導師時間與班會，但仍有少數學生與導師缺乏互動。各教師研究室外已明確標出 office hours 之時段，但仍有部分學生不清楚 office hours 的安排，可能對學生宣導不足。

教師鼓勵學生參加校內外競賽，並獲得優良成績，如第二屆 Lexus 校園廣告競賽第一名，獎金五十萬中，教師應得之指導獎亦捐出十萬元做為專業平台之經費，值得肯定。

大多數教師教學認真，學養俱佳，但多數學生指出「基礎繪畫」課程教材及教法較為傳統，無法配合時代潮流。

教室設備齊全新穎符合實用，能充分提供及支援教學。為提升教學品質，已決定將老舊之傳統暗房及攝影設備，於近期內拆除，並更新為數位攝影之空間。此外教學空間分散於山上及山下校區，距離較遠，較難營造全系整體教學環境之氛圍。

學生到廣告代理公司實習，為學生獲取實務經驗、提供雇主與廣告代理商尋找人才的一個管道，作法值得肯定。

部分研究生反應，獨立研究課程欠缺固定討論時間，指導教師亦少主動與學生互動。

#### (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. 該系教學空間宜重新規劃，老舊之設備宜儘早廢止，更新為數位攝影及教學空間。

2. 宜強化導師功能，全面落實導師制度。班會與導師時間應有明確規定，並將導師對學生之互動做為教學評鑑之參考。
3. 執行 office hours 之課後輔導機制，由系方加強對學生宣導，要求教師認真執行。
4. 建議聘請業界有經驗之兼任教師，恢復「專業實習」為必修課。
5. 針對教學較有爭議之師資，宜加強教師評鑑以及各種輔導改善機制，以改進教學。
6. 自勞基法實施後，學生校外實習機會變少，建議由學校出面聯繫其他廣告相關科系與勞委會，共同商討解決此一問題。
7. 研究生獨立研究課程，指導教授宜主動約見學生，安排固定時間進行指導。

#### 四、研究與專業表現

##### (一) 訪評意見

該系教師皆能認真研究與教學，學有專精且能符合教學目標，然多數教師認為研究壓力過重，導致影響教學品質。

教師除每年申請國科會計畫外，並承接政府及產業界研究計畫，94 至 96 年度相關研究案共計 40 項，12 位教師均有在國內外發表研究論文及參與研討會。該系教師亦提供產官學界社會服務，擔任各界評審、顧問等工作，能掌握社會、經濟、文化脈動，專業表現值得肯定。

該系邀請國際學者來訪或交換外籍生，培養在校生拓展國際視野，頗有成效。該系發行之期刊《廣告學研究》亦頗受學界重視。

## (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. 建議增加專業教師，以減少教師授課時數。該校為研究型大學，宜重視研究與服務，減輕教師授課負擔。
2. 宜加強研究計畫之訊息交流，定期將國科會及各界之訊息公佈在系網頁。
3. 建議舉辦教師研究經驗座談會，分享研究經驗，以增加整合計畫研究之質與量。
4. 建議有明確之獎勵制度，獎勵研究生在國內外期刊投稿及參與研討會。

## 五、畢業生表現

### (一) 訪評意見

該系學士班成立迄今 20 年，畢業生每年約有 50 名，已培養許多傑出廣告人才。針對近三年 154 位畢業生所進行之流向調查中，顯示畢業校友有 37 人（佔全體 32.8%），從事廣告公關相關領域。有 24 人繼續深造（佔全體 21%），其中含國內 14 人，國外 10 人，多以攻讀設計、視覺、人文領域為主。

碩士班近三年共有 40 位畢業生，有 33 人（82.5%）已就業，其中 27 人（佔全體 67.5%）從事廣告及公關相關領域，符合其設置之教育目標。

畢業生對於該校所安排課程，大多表示滿意，但該系對畢業生之雇主滿意度調查資料尚未完成建制。

該系規定畢業生離校時必須上學校網站完成「校友資料庫」登入，始完成離校手續，每學期由助教負責畢業生近況調查，更新畢業生資料。

該系舉辦各項活動如畢業展，聖誕晚會時均能邀請系友參加。部分教師與畢業校友設有固定聚會，顯示與系友聯繫情況良好。

## (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. 宜更積極建立畢業系友聯繫資料及雇主滿意度調查，強化系友會之功能，以提供在學學生生涯與學習指導或諮詢機會。
2. 宜繼續蒐集畢業校友意見，以做為課程規劃或教學內容修訂之參考依據。

註：本報告書係經實地訪評小組與學門認可初審小組審議修正後定稿。