

一、目標、特色與自我改善

(一) 訪評意見

該系之創立目標與校之教育目標「卓越化、專業化、國際化」契合，教學著重實務，且能多方面鼓勵學生參與校內外活動，值得肯定。教師研究亦側重實務面，追求傳播產業知識化及傳播知識產業化，對國內傳播、廣告產業亦具貢獻。

然該系之宗旨「培育整合行銷傳播人才」似嫌廣泛，蓋「全方位」形同無方向，整合行銷傳播涵蓋所有傳播工具與傳播行為，無法顯現該系之特色，似宜再聚焦。

此外，該系之自我評鑑機制完善，組織良好且運作順暢，期能持續運作，力求精進。

(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. 該系之設立宗旨宜由「整合行銷傳播」之大框架中抽離，聚焦某一特定主題，方能凸顯特色。
2. 「國際化」為校、院、系之共同目標，然「國際化」須有更廣闊之視野，該系宜著眼歐、美、日媒體市場，擬訂長期目標，逐步完成。

二、課程設計與教師教學

(一) 訪評意見

該系以「整合行銷傳播」為教學宗旨，配合大一、大二不分系制度，因此基礎課程龐雜，學生訓練「廣」而不「精」，在課程之涵蓋範圍與內容深度間，系課程委員會應有所取捨。

從學生晤談中發現，受訪學生均滿意該校教學與課程，然學生好「實務」而惡「理論」，均以多方參與校外比賽、活動為榮。事實上，大學教育「理論」應為基礎，理論為解決問題之工具，而傳播領域之

「實務」日新月異，在校所學可能畢業後此工具或技能即落伍，故在教學上應導正學生「重實務、輕理論」之偏見，加強理論之訓練。

該系有多元學習課程 20 學分，但僅開放 8 學分可跨院選修，似嫌不足。而師資員額較少，部分課程瑣碎，且課程內容或有重疊，似可整併。如「數位內容管理」、「廣電節目產製管理」、「頻道規劃管理」；與「傳播法規」、「傳播道德規範」、「新聞道德與法律」等課程，均可考慮整合。此外，學生缺乏歷史縱深知識與傳播產業互動關係認知，建議增加「廣告史」、「消費者研究」、「傳播效果研究」等相關課程。

(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. 對部分較瑣碎或內容重疊性較高之課程宜考慮整併，另可加強學生在歷史知識與傳播產業互動關係之認知。
2. 因大一、大二不分系，基礎課程龐雜，建議保留大一不分系，大二即進行分系以加強專業技能。
3. 宜放寬跨院選修限制，鼓勵院外學習，以拓展學生視野。
4. 宜增聘具實務經驗之專任教師，並以廣告、公關、傳播專長之博士為優先。
5. 在專業師資與課程安排方面，宜參考業界意見，適時調整。
6. 除實務性專業課程外，宜適度增加廣告理論之課程，以強化學生之基礎素養。

三、學生學習與學生事務

(一) 訪評意見

該系開設課程除基礎必修外，尚包括廣告與公關課程，另有 20 個學分供學生自由選修跨院、系課程，尚能滿足大部分學生需求。惟該系為國際學生開課，但外籍學生過少，仍有開拓之空間。

該系要求每位學生大二升大三時，均必須參與系方安排之校外實習，大三時以「媒體實務課程」為重點，以符合「實習、實驗、實踐」三階段構想，惟第三階段「實踐」尚未建置完成，仍待加強。

該系圖書、儀器、設備、錄音、錄影、多媒體數位平台等，大都與院內各系共同使用，學生反映尚能滿足需求。且學生參加校外廣告企劃競賽表現優異，於時報廣告金犢獎第 16 屆贏得「金獎」；第 17 屆奪得「銀獎」及多項佳作、入圍等，誠屬不易。又該系積極參加校外活動，在 96 年廣告節時全場擔任義工；97 年得到最佳創意攤位，業界印象深刻。

該系導師配合學務處教官調查學生校外租屋住宿情形，提供生活輔導，專任教師每週另提供 6 小時課後輔導時間。此外，該系鼓勵學生參加英文能力檢定，96 年通過中級 8 人，尚待加強。該系學生意見回饋機制及學生反應評量，僅有 96 年上學期該系得分超過全校年均值，值得深思。

(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. 實務訓練課程第三階段「實踐」部分宜多與業界聯繫，爭取業界支援，以建立完整機制，共創雙贏。
2. 宜請專人負責與各界建立共識，提供並設置校外獎學金，以獎勵青年學子。
3. 宜設立獎勵辦法以提升學生外文能力檢定通過率。
4. 針對學生反應評量得分低於全校年均值之情形，宜再檢討改進。

四、研究與專業表現

(一) 訪評意見

該系專任教師 5.5 人（其中一人為兩系合聘），負責大三、大四廣告專業科目之教授，外加兼任教師 12 人，均富涵專業素養，除一位教師獲國科會研究專業補助外，另有產學合作專案研究及出席國際會議，惟數量略顯不足。另教師亦參與政府單位、民間團體、以及其他各大專院校之交流互動，並投入廣告與傳播相關服務，頗為用心。

該系在 94-96 學年不定期舉辦各項研討會，除了深耕國內廣告、公關、科技與多媒體議題，更重視兩岸產業發展之研究，成果豐碩。

該系自 96 年 6 月起，安排每週一晚間為論文討論時間，平均每位教師指導 8 到 9 名學生，對學生之研究成效頗有幫助。

(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. 該系雖有教師獲得政府及國科會研究補助，研究成果尚佳，但數量略顯不足，宜再進一步加強。
2. 因每位學生均必須撰寫畢業論文，為避免指導教師負擔過重，建議該系於週一晚間或週休二日時，以鐘點費方式聘請兼任教師參與畢業論文之指導。

五、畢業生表現

(一) 訪評意見

該系自 92-96 年五屆畢業生共 267 人，已建立機制，設有專門教師負責整理，畢業生資料尚屬完整。

在畢業生市場競爭力自我滿意度調查中，表示「尚可」者佔 52%、「滿意」佔 30%；而畢業生對該系師資陣容之滿意度，認為「普通」者佔 45%、「滿意」佔 39%、「不滿意」佔 10%，顯示仍有檢討空間。

畢業生對該系課程設計，回答「滿意」者佔 48%、「普通」佔 52%，似可再加強。以畢業生對該系專業課程的整體滿意度而言，對「行銷、廣告實務」較高；「公關基礎及實務」較低；對「廣告基礎課程」及「企業、政府公關」最低，亦值得省思。

(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. 雖然畢業生年資尚淺，仍宜多與畢業生溝通互動。
2. 宜蒐集畢業生意見，作為課程設計與改善之參考。

註：本報告書係經實地訪評小組、學門認可初審小組與學門認可審議委員會審議修正後定稿。