

一、目標、核心能力與課程設計

(一) 現況描述與特色

該系於 75 年奉准成立至今 27 年，目前有專任教師 12 位、兼任教師 10 位、學士班學生 260 人。該系依據該校與新聞暨傳播學院的教育目標，延續發展五大教育目標及十大核心能力，所訂核心能力尚能反映設立宗旨與教育目標，並選擇美國德州大學奧斯汀分校廣告系為該系未來發展之標竿。該系之創立係配合我國社會變遷，順應高等教育蔚然而興之潮流，結合傳播科技引進，致力廣告教育，促進新聞傳播教育之提升，為廣告行銷相關專業培育人才，對國家發展、社會進步、高等教育品質之提升，頗有貢獻。

該系分成「廣告策略與經營」和「廣告創意表現」兩組，符合因材施教的教育理想。為達成教育目標，在整體教學與活動安排上，加強專業與學術的養成，其主要特色為理論與實務並重、傳承多項學習傳統、課程設計創意多元、積極與業界互動，提高學生就業機會、團隊畢業實習規劃、「畢業實習、畢業展與就業一路順風」輔導整合機制。此外，面對少子化和精密傳播科技的引進，順應廣告數位化、傳播互動性的趨勢，該系已有因應之準備工作。

(二) 待改善事項

1. 該系核心能力的認定似缺乏較為明確之檢核標準。
2. 「廣告創意表現」的教育目標特質不顯，系教育目標中的「流行時尚」定義模糊，未見有相對應之課程。

(三) 建議事項

1. 宜明確規定核心能力檢核標準，如設定學生中英文語言能力程度、人文涵養之確切範疇、創意行銷策略及規劃影像處理等廣告公關專業能力之檢核方式。
2. 宜彰顯「廣告創意表現」之教育目標特質。另對「流行時尚」之教育目標宜有相對應之課程。

二、教師教學與學習評量

(一) 現況描述與特色

該系專、兼任教師之專長與任教科目相互配合，係師資聘任及開課之基本條件。教師結構方面，男女教師的比例良好，有助學生在專業學術面的多元觀與課業輔導。教師授課內容以理論及實務結合，緊密契合該系教育目標，使學生能接觸實務界經驗，為未來實習、就業等機會做準備。該系近期主要延聘以廣告技術導向的實務人士任職，豐富系上實作導向課程的師資。目前教學方式為因應國際化趨勢，該系已著手規劃與執行多元化專業英語授課。

教師專業領域符合教學內容，授課之餘皆能努力從事個人專精的研究工作，積極準備個人的升等工作，而校、院亦有明確、具體的相關鼓勵措施，例如：針對教師個別性成長的專業社群、講座等，都有確實執行，且反應亦佳。

(二) 待改善事項

1. 廣告國際化趨勢日益重要，鑑於最具規模之廣告公司均係跨國之大公司，內部作業流程與工作內涵多依賴英語溝通。然該系目前全英語專業授課起步稍晚，課程仍嫌不足。
2. 該系實作導向課程的師資流動性較高。
3. 該系長期以來無教授級專任師資、生師比偏高，教師教學與輔導都會受到影響；高年級的學生在廣告行銷實務的強化，更有待教師陣容更堅強之師資協助與啟發，以提高創作的層次。

(三) 建議事項

1. 宜及早配合該校政策，實施部分專業課程之全英語教學，並建請校方給予實質之獎勵。為落實國際化之作為，除強化英語授課外，亦宜輔導學生閱讀英文名著，以提升其英語能力。

2. 宜建請校方審慎面對師資流動性較高之問題，對於實作導向之教師的專業表現，可厲行更多的鼓勵辦法予以肯定，以留任教師。
3. 宜繼續充實專任教師陣容，減少生師比；並進而提升學生廣告行銷實務創作之層次。

三、學生輔導與學習資源

(一) 現況描述與特色

該校目前建立的學生輔導機制尚稱完善，主要項目包括 e-Portfolio、課程學習地圖及 UCAN（大專校院職能診斷平台），99 年度更結合導師資訊平台成為「四合 e 全方位主動學習平台」，且該系亦能充分運用學校資源進行學習輔導，其中 e-Portfolio 註冊為全校之冠，UCAN 自測率統計更高達全校第二，整體而言，執行尚稱完善。學生學習預警制度尚能發揮功能，能適時提供校方與教師做為改善、輔導之依據。

在導師制度方面，該系均有安排導師進行學生輔導，並有輔導紀錄，此外，大四班級結合畢業專題進行學生職場之就業準備，陸續開辦「最後一哩路」課程，進行學生就業諮詢，並邀請業界（例如：BBDO 黃禾廣告公司）協助導師進行課程教學，對於學生就業前準備似有所助益。

該系為提升學生國際視野，以備開創海外合作之契機，近兩年利用假期和國外（日本）相關專業機構進行實質的接觸，該活動除了裨益參與學生之外，隨行的教師亦能藉此開拓國際學術交流。在教學卓越計畫經費挹注下，於 101 年踐履「跨文化體驗行銷」課程，由系主任及 2 位教師親自率領 34 位學生，於 9 月 2 日至 6 日赴日本東京，參訪電通株式會社、東京廣告博物館及廣告專業圖書館，並邀請電通廣告人員親自授課。102 年更持續辦理移地學習計畫，於 9 月 1 日至

7日赴日本關西地區，參訪日本博報堂株式會社、JMR日本行銷研究集團及MC（Marketing Communication）公司，從資料及師生反應得知，該項計畫相當成功，不僅達到移地學習的效果，也增進臺灣高教機構與日本廣告產業的相互交流。

該系之課程涵蓋多元、面向廣，重視實務已儼然成為該系發展的教學特色。歷屆單獨舉辦的畢業展覽結合產學合作之模式，已為該系建立良好口碑，為企業界解決廣告行銷之問題，不僅縮小實務與課堂之落差，更能讓學生體驗做中學的理念。該系的畢業展覽規模在國內已塑造出其特有的形象，進而成為凝聚校友返校的動力。

（二）待改善事項

1. 針對學習預警學生未見具體之輔導措施，部分預警學生不知如何具體改善或對預警之機制較不關切。
2. 理論是所有學門之基礎，惟部分學生表示對理論課程較不感興趣。
3. 硬體資源和全校或全院之間的互通不夠顯著，現雖有專業人員負責，唯獨尚未見具體成效。

（三）建議事項

1. 該系對於預警之學生宜進一步瞭解其學習落後之原因與需求，透過該校現有之機制進行輔導，並於學期末持續檢核其學習效果。
2. 教授理論科目之教師宜改良現有之講解式的教學方式，以吸引學生學習的興趣。
3. 學習資源宜共享，可考慮由院級制定相關管理辦法。

四、學術與專業表現

（一）現況描述與特色

該系教師在沒有研究所的資源環境下，仍能在教學與輔導負擔

中，積極參與學術研討會、著作專書、投稿期刊、申請國科會與其他公部門的研究案，值得肯定。近年來研究能量也有明顯的提升，99至101學年度的計畫達18件，不論是國科會的研究案或其他公部門的研究補助案申請都有所表現，而且分布在不同教師的申請上，並非集中在少數幾位教師，顯示系上教師的研究氛圍提高，值得肯定。其中一個主要的關鍵因素就是，該校設立許多相關獎勵辦法，鼓勵教師投稿或申請研究案，對於提高教師的研究能量有明顯的助益，宜持續進行。除了學術研究之外，部分教師亦從創作與展覽的平台中展現其專業。

該系學生參與校外相關競賽表現的成績亮眼，展現其實作能力。而畢業製作與實習課程中，教師、學生與業者三方都有健全的合作機制，有助於學生未來的就業接軌。該校如能給予更多資源的協助與肯定，對於學生學習成效的展現將可能有更多的突破。此外，學生在教師的帶領下申請大專生國科會研究案的補助，並且獲得國科會補助，值得肯定，顯示該系學生也具備執行學術研究之潛能。

教師升等大都需要有研究成果的展現，因此除了研究的數量須有所提升外，更重要的是研究品質的確保。目前教師所參與的研討會大都為該系主辦，投稿的期刊主要也以該系主編的中國廣告學刊為主。

(二) 待改善事項

1. 該系教師投稿與研討會之參與似多為該系所主辦，在審查嚴格之專業學刊發表的論文較少。
2. 該系學生參與校外相關競賽的表現，成績頗有值得稱道者，然該校似未能給予更多資源協助與獎勵。
3. 該校定位為教學型大學，而該系目前缺乏教授級的師資，該校鼓勵教師研究升等的辦法尚有再改善之處。

(三) 建議事項

1. 宜鼓勵教師參與校外或國際學術研討會，以及投稿審查嚴謹之學術期刊，以累積學術能量，為日後升等而準備。
2. 宜建請校方給予擬參加校外比賽的學生更多實質的資源協助與肯定，以提高其參賽之動力。
3. 宜考慮「副教授級休假研究」的可行性，促進教師研究升等，強化師資陣容。

五、畢業生表現與整體自我改善機制

(一) 現況描述與特色

該系成立於 75 年，27 年來已培育超過 2,700 名畢業學生，目前由該系教師負責督導畢業生生涯發展之追蹤聯繫、系友資料庫維護更新及校友問卷調查等工作之執行。其中系友資料庫近三年以系學會通訊錄確認後建檔之畢業生資料計 465 筆。系友資料庫更新累計由第 1 至 24 屆畢業生資料 2,285 筆，占總系友人數約九成。

近三年畢業系友調查 252 人，結果顯示就業人數比率占 65%，其他部分中繼續深造人數 15 人、考取公職者 4 人、獲專業證照者 4 人。

該系針對第一週期系所評鑑的評鑑委員所提之改善建議，改進回應報告尚稱詳細。

(二) 待改善事項

1. 近三年畢業之 252 位系友中，繼續深造者僅 15 人（占 6%），許多畢業系友似欠缺進修意願，該系對高年級學生之進修輔導有待加強。廣告界職場競爭激烈，除需不斷充實傳播專業技能外，進階與升遷則常以學位高低為參考標準。該系畢業生進修者較少，5 年內職場上之升遷機會恐居弱勢。

(三) 建議事項

1. 宜鼓勵畢業班學生多撰寫畢業論文，為繼續深造暖身，並宜利用各種管道（如：系友會），鼓勵系友重視生涯規劃，適時進修充電，以強化未來之競爭力。

註：本報告書係經實地訪評小組、認可初審小組會議及認可審議委員會審議修正後定稿。

