

一、系所發展、經營及改善

(一) 現況描述與特色

1. 該系以培養具有公關與廣告之美學創意、企劃構思執行能力，以及多方位運用數位化科技媒體與行銷傳播技能的人才為設立目標。在課程規劃上，著重「訓練學生實作與競賽能力」、「學習跨領域合作」、「輔導學生參與國際合作與交流」及「引導學生充分運用數位科技」，以強化學生整合行銷傳播之管理知識與能力的培養。
2. 該系為目前南部唯一培育公共關係及廣告企劃人才的科系，在技職體系中獨具發展特色。且持續爭取產官學界合作，強化學生實作能力，並引導學生透過畢業製作解決業主問題，提前接軌職場。
3. 該系課程設計涵蓋公共關係、廣告企劃、行銷傳播、媒體運用、研究洞察及設計應用等專業領域，導入產業專案、創意實戰及競賽結合，並將相關成果公告於系網與社群平臺，除奠定學生理論基礎，亦有效擴展實務上的認知與實作能力，以強化學生實務操作與創新思維。
4. 該系設有質化研究中心、量化研究中心、數位廣播實驗室、CF 拍攝及製作實驗室（虛擬攝影棚）、跨領域影音製作實驗室、商業平面攝影棚暨直播實驗室，提供人才培育基地，兼具理論與實務之產學合作，為重要特色之一。
5. 該系積極將永續發展理念深度融入課程設計，以培養學生的實踐能力。透過將大學社會責任（USR）計畫緊密結合核心課程，包含「廣告創意與文案」課程融入永續議題、「畢業實習與製作」課程結合在地產業與社區，採學術與實務並行的教學內涵，以深化學生的專業技能，更實踐學生對於社會的責任。

6. 該系根據前次品保認可與訪評委員提出之建議，具體研擬 4 項改善內容，分別涵蓋：相關委員會設置辦法、宣導學系專業核心能力機制、教師升等改善，以及境外生學習輔導機制之建置。

(二) 待改善事項

1. 在數位媒體快速發展下，該系面對數位資源投入經費高昂與設備汰舊的問題。目前雖然已努力爭取外部的教學與研究發展資源，也展現部分成果，但易面臨各類計畫在時程與經費補助上的不確定性，進而影響即時有效連結教學現場與提供適切的資源。
2. 該系已規劃將 AI 技術應用系統化地融入現有專業課程中，惟目前所規劃課程的屬性，多集中在視覺與多媒體設計等課程，而在生成式 AI 應用於市場研究、創意引導及行銷企劃等方面課程，則較缺乏。

(三) 建議事項

1. 宜整合所屬學院與各系所的資源，透過跨系師資合作、教學共授，推動教學設備與空間等資源共享機制，同時帶動學生進行跨領域學習，以增加學生未來就業競爭力，亦有助於採分階段方式進行設備汰舊與教學資源補強，並更有機會擴展或延伸爭取各項外部資源。
2. 宜透過課程盤點，規劃融入 AI 工具應用之相關課程，並鼓勵學生參與結合 AI 應用之企業競賽，以強化學生運用專業基礎結合 AI 工具之實務能力。

二、教師與教學

(一) 現況描述與特色

1. 該系訂定合宜之專、兼任教師遴選與聘用機制，並據此落實

執行教師聘任與升等，且均有會議紀錄可查。113 學年度聘有專任教師 9 位，其中教授 2 位、副教授 4 位、助理教授 2 位及講師 1 位，均畢業於國內外知名高等學府。

2. 該系新聘任之專任教師皆具 2 年以上業界經驗，且教師能持續參與各項實務工作，累積實務經驗，並取得相關證照。教師專長涵蓋市場行銷、電子商務、展覽行銷及運動休閒等六大領域，其授課科目皆與該系課程規劃及教師學術專長相符，以致力於培養學生的專業核心能力。
3. 因應傳播產業與科技發展快速，該系積極邀請具備豐富實務經驗的業界專家合作，根據課程架構，邀集廣告、公關、媒體及數位領域的菁英擔任兼任教師，實務專長能與專任教師互補，並針對高階專業課程，採與業界師資聯合授課，將行銷傳播學理與產業實務相結合，對學生的學習與業界接軌有所助益。
4. 該系綜合學生課程表現、社團及研究等的能力展現，將學生的特質區分為廣播傳播、影像創作、數據分析及社會實踐等四種類型，教師能因應不同的學生特質，設計調整課程內容，並採取多元的教學方法，有利於培養學生達到學以致用。
5. 該校訂有教師教學、學術研究及教師競賽指導等相關獎勵辦法，並訂定產學合作獎勵辦法，鼓勵專任教師與產業界建立合作關係，促進研究並對產業發展貢獻。
6. 該系鼓勵教師多元管道升等，藉以提升教師學術與專業發展，109 至 113 學年度計有 4 位專任教師順利升等，其中 1 位以著作升等教授、3 位以技術報告升等副教授。
7. 109 至 113 學年度該系執行產官學計畫合計 134 案，累計總金額高達 4,600 多萬元，且 9 成以上的計畫案皆配合該系的

專業課程。

(二) 待改善事項

1. 該系教師參與校外服務的人數與次數偏低，且集中在 5 位教師。
2. 該系教師研究的重心偏向應用與實作，惟 109 至 113 學年度僅有 1 件專利；此外，雖然研討會論文的數量有逐年增加的趨勢，但學術期刊論文與專書論文均偏低。
3. 109 至 113 學年度個別教學評量低於 3.5 分的課程共計 11 門，其中 113 學年度第 1 學期占 4 門課程，較不利展現教學成效，且學生教學評量填答率偏低，尚有改善空間。

(三) 建議事項

1. 宜從制度面加以強化整體教師參與校外服務，如：積極鼓勵教師參與的激勵措施、建議校方提高教師評鑑的校外服務評分比重等。
2. 技專教育雖偏重應用與實作，惟實務或學術研究均與教學有密切關聯，宜規劃制度化的機制，積極鼓勵教師進行實務或學術性的研究，並將產學合作之成果、技術報告或研討會論文投稿至學術期刊或出版專書。
3. 宜向校方建議研擬鼓勵學生填答的機制，藉以提升填答率，同時宜從學生填答的質化資料尋找與教學相關的問題，積極加以改善，並建立輔導機制，以確保教學品質。

(四) 針對未來發展之參考建議

1. 當前高等教育面臨少子女化、激烈的招生競爭，以及產業環境與傳播科技快速變化等多重壓力與挑戰，可強化穩定師資、多元教師專業背景、持續設計多元與跨域的專業課程，以利該系能在激烈的競爭與挑戰中永續生存與發展。

三、學生與學習

(一) 現況描述與特色

1. 該系招生事務與規劃策略完善，並設置副主任專司招生與拓展生源，有利推動各項招生業務。
2. 該系規劃「創意媒體與生活」必修課程，由導師開設，透過專業與學生生活緊密連結，輔導建立學生修課藍圖與強化學生適應力，有助於學生學習定位並優化教學品質。
3. 結合該校高等教育深耕計畫，學生可申請微型產學計畫，規劃教師與業師雙軌指導學生，培養學生具有產業研發之實務經驗與落實執行技術轉移能力，有助提升學生就業競爭力。
4. 該系落實畢業製作與實習課程之機制，學生可選擇於暑假或學期間至國內外各大企業實習，以強化學生實戰經驗，其成效良好，並能銜接畢業即就業之教學目標，有助提升該系品牌形象。
5. 該系規劃提升學生外語能力之執行方案與策略，有利於學生就業與學海實習計畫之語言需求，且每年徵選學生至海外實習與交流，有助於擴展學生國際視野。
6. 該系承辦第 17 屆台灣廣告節與「數位亞洲大會 (DigiAsia)」，展現團隊執行能力，尤其主辦第 17 屆廣告創意戰鬥營，更彰顯該系之專業能力與精神，成效廣受好評與肯定。
7. 該系四技畢業生就業率達 9 成以上，且從雇主滿意度調查資料顯示，畢業生在「處事能力」、「工作配合度」及「專業技能」3 項能力，以及「團隊合作」、「工作責任及紀律」、「穩定度」及「人際互動」4 項特質，皆獲企業機構高度肯定，畢業生就業整體表現之滿意度高達 95% 以上，辦學極佳。

(二) 待改善事項

1. 該校雖已與 45 所高中職簽訂夥伴學校關係，然 109 至 113 學年度該系四技的招生名額逐年調降，註冊人數亦逐年遞減。
2. 該系學生申請休、退學主要為「經濟因素」，雖已規劃相關輔導並建議轉至進修部，仍無法減緩學生嚴重流失之情形，每年休、退學人數高達雙位數。

(三) 建議事項

1. 在招生策略與戰略方面，宜鎖定與該系相關屬性較高之夥伴學校為重點招生對象，以利拓展生源並永續經營發展。
2. 宜強化學生休、退學之具體改善作法，並結合該校相關經費（如：高教深耕計畫），或考慮以募款方式設置「廣告教育獎學金」辦法，以協助經濟狀況不佳之學生。

(四) 針對未來發展之參考建議

1. 在生源方面，該系以獨立招生之所占比例為最佳，可考慮向教育部申請完全獨立招生，以確保永續經營之發展。
2. 面對少子女化越來越嚴峻，可強化拓展至海外招生，例如：越南、印尼、馬來西亞及緬甸等國家。

註：本報告係經訪評小組及學門認可審議委員會審議修正後定稿。