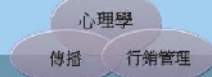


課程設計 & 課程目標

在「理論」與「實務」
並重的前提下，
本課程又分三大部分：

PART 1 廣告是一門科際整合的學科



PART 2 廣告 Campaign

研究 + 企劃 + 評估

PART 3 培養實務能力

實務講座 + 廣告企劃比賽

本課程也許是心理系學生入學四年裡
唯一一次接觸 **廣告** 領域的機會，所以…

廣告心理學 (& 實習)

授課教師：錢玉芬

TA：廖 (廣)

蕭 (心)

上課時間：三 D56

討論時間：三 C



課程進行



師生的期中反思

在期中報告之後，老師請同學們反省三個學習的問題

Q1 (同學對課程的意見)

大多數同學認為「了解廣告」、「學習廣告專業」、「從心理學角度看廣告」、「實際」、「團隊合作」、「廣告企劃」、「廣告策略」、「國際專業廣告」。

Q2 (同學對學習資源的滿意度)

約有 12% 的同學認為沒有資源， 10% 的同學認為有一點資源， 12% 的同學認為有資源。

4% 的同學認為沒有資源， 5% 的同學認為有一點資源。

Q3 (對課程改善的意見，可複選)

加入國英 (15%)、課業壓力 (10%)、增加分組工作、增加活動時間。

增加國英 (12%)、增加分組工作、增加活動時間、增加分組工作。

增加國英 (15%)、增加分組工作、增加活動時間、增加分組工作。

教師的回應

1. 在「理論與實踐結合」部分：未來可將實際廣告案例增加，讓學生先從個案中去發現問題。

2. 在「實際操作」方面：未來將增加教師「必家」與口譯一定練習，並且特別安排與實際對談時間。

3. 在「關注於正確內容」(少講概念)的部分：強調學習的積極與重要性，未來仍會不斷地溝通，彼此了解，才能從中學習。

學生作品一角

廣告詞：這台 skogan 看誰力量廣告金心路！

失親兒一句「媽媽，你去哪了？」讓廣告當場破淚！

！驚訝破塔，百萬虧損！喜歡活動廣告自主創編收益，深獲學生青睞

