

跳脫傳統以創意為重

傳播學院 / 陳耀竹

學歷：國立交通大學管理科學博士

服務年資：17 年



1989年，有幸進入銘傳大學，承蒙包創辦人及李校長厚愛，進入國際貿易科（國際企業學系前身）服務。1999年8月轉入傳播學院，服務於廣告學系至今，轉眼在銘傳已邁入第十八年。

自從進入銘傳商業女子專科學校後，銘傳給我的印象是教與管皆非常嚴謹，學生是苦幹、耐操、且任勞任怨，學校整體組織工作效率高，這些傳統特質至今仍保有競爭優勢。本校在專科時代，學生給多少，吸收多少，缺乏創新與嘗試錯誤的勇氣，隨著改製成為大學後，在李校長充分授權、師資結構改善以及教學與行政的變革，現今銘傳已能提供學術自由環境，讓師生充分發揮個人創新，從錯誤中享受學習樂趣。

我認為身為老師要勇於創新，隨時引進新知允予學生，研究是做好教學工作的必要條件。從事自然科學工作者，如理工科，其思維邏輯是對未來已知，但現在不知；而社會科學工作者的思維正好相反，即現在已知，對未來卻不知。由於上述兩者的差異，在教學上，面對理工科與社會科學的學生，要有不同的施教方式，方能事半功倍。我在教學過程中，常採用逆向操作，也因此常被同學詬病，由學生對老師的教學評量結果可見端倪。當然，本我並不鼓勵學校教學同仁採用逆向操作，除非您堅持己見。

1999年，我進入傳播學院廣告學系任教，由於是新設立的科系，在楊院長充分授權下，前幾年，為了學系的發展與定位，本人似乎有失眠症狀，直到2004年所指導的學生，參與第十三屆時報廣告金犢獎競賽，獲得廣播廣告類金獎，失眠現象才稍有改善。要完全改善此症狀，可能要等到同學得到行銷企畫類大獎，因為這類獎項才符合廣告系作育英才的重點。1999年，傳播學院成立整合行銷傳播中心，該中心成立的目的乃試圖跳脫傳統廣告科系，以創意為發展重點，改採跨媒體整合行銷傳播為中心，幾年下來，廣告系學生已能在整合行銷傳播領域逐

漸嶄露頭角。敘述至此，我會堅持創新教學，以符合李校長秉持「知識產業化，產業知識化」的教學理念。