

國立雲林科技大學

學生出國研習成果報告

研習類別：交換學生

學生姓名：蔡旻紡

系所年級：四工設五 A

研習期間：民國 109 年 9 月至民國 110 年 6 月

一、進修計畫摘要

1. 進修目的及意義：

一直以來，很嚮往西方歐洲國家的教學體系，總是聽說與東方的考試體制天差地遠，不僅課少早放學，打破上對下的師生關係，上課時每位學生的意見都會被尊重，升學路上也能適性適所，找到自己喜歡的方向，這樣的教育制度讓我相當憧憬。因此，期望透過交換機會，來一探究竟、拓展自己的眼界，接觸不同的領域，認識不同國家的朋友，去旅行看見不一樣的景色，然後歸國，賺得很不一樣的人生體驗和經歷。

2. 研修主題：

上下學期分別修了 Media Psychology 和 Creative Business。

3. 進修課程概況：

詳細的課程名稱與內容概要如附件一。

一學年有四個 block，秋季學期為 block A&B，春季學期為 block C&D，一個 block 約為 10-12 週，包含自修週與期末結束後共兩週假期，沒有寒假。成績滿分為 10 分，及格分數為 5.5 分，成績大多落在 6.0-8.9 分的區間；若分數不及格，還有一次重做的機會；小組或個人作業都會有，敬請期待。

4. 修讀學分：

每門課為 5 學分，上下學期共 55 學分。

5. 進修學校系所簡介：

荷蘭烏特勒支應用科技大學媒體心理學系的課程以理論居多，會認識許多心理學的奧妙和論點，對於媒體引發的影響也頗有一番研究，了解到媒體之於人類生活的重要性，改善了哪些方面與產生那些負面效果。

而我個人偏愛創意商業學系，課程多導向實作性質，結合現實市場來做分析與行銷提案，除了上課內容言之有物，作業練習更是現學現賣，輸出這些知識，且在自己有興趣的主題上做研究，老師們也很注重與學生之間的討論，為勇於發表意見的學生給予鼓勵，甚至期望每位學生都能說出他們的問題和想法，不否定、扼殺各種點子，就課堂風氣與學習成效而言，我覺得在創意商業系學習的收穫和快樂相當之大。

二、研修成果與返校後學習的關聯性

在交換期間，接觸到截然不同的教育方式，學生上課踴躍發言，老師很有耐心地回覆，每學期雖然只有三四個月時間，卻可從課程安排上，了解到老師們的用心，課程內容與作業的連貫性、取材創新且有內涵、在作業中學到的知識也很實用，讓我在短短一年內，收穫了許多，養成做筆記、預習複習的好習慣，也體驗到開放式的教學氣氛，甚感欣慰。

這期間我對於英文寫作與行銷領域有相當多的認識，幫助了我日後在學習時，會多去看英文第一手資訊，更快且更廣的蒐集相關資訊，以及幫助我找到未來人生目標，縱使與我本身的專業領域沒有太大關係，但這趟進修過程，拾回了我對設計的喜愛，擴充了我人生更大的可能性，讓我能在設計基礎下，結合進修主題的專業，做出與他人不一樣的成果，這趟跨領域學習的研修，絕對是非常值得好好珍惜的人生體驗。

三、本次出國進修經驗與心得分享

這次進修經驗中，意外地發現我很期待每一次的作業，HU 的課程大綱都是圍繞著作業而訂定，老師每週會依序安排不同的上課主題，逐步帶領學生熟悉作業的要點，課程安排與成果是息息相關的，而我了解到作業是學習當中很重要的一環，並非純粹為了得到厲害的分數。

HU 的教學模式是將上課所學的知識，讓學生吸收、反芻、應用的過程，上課前最好先預習好資料，課中老師會重點說明，並隨機分組進行同儕討論及發表，課後則是根據該堂進度做點作業，期末再一一整合這些內容，闡述完整的內容及脈絡，然後完成整份報告；這樣的學習成效對我而言意外的很好，能夠融會貫通上課教的知識，一方面老師很鼓勵學生發表自己的意見，以引導而非否定的方式，幫助學生建立其自信心，另一方面則是對於學習內容更加印象深刻，輸出對於學習有實質型的幫助，哪些資訊是真正理解的，哪些部分是自以為沒問題，實際上卻有模糊地帶、不太懂的，學以致用是學習的最高境界，做完這些作業，會感受到自己的能力真正有升等，而非僅僅是侷限在校園裡的好成績，從學習成效上來看，這是我欣賞荷蘭教育、深感佩服的一大要素。

HU 是間具有多元文化底蘊的學校，不僅歡迎許多留學生、交換學生，連師資方面也相當國際化，有來自德國、荷蘭、英國等各國講師，因此在英文發音上也會各有不同，對我而言，有些腔調很難聽懂，有些咬字則是字字清晰，這是影響我學習成效滿重要的一環；另外，期末有師資評鑑，學生能針對課堂內容及講師做評價，我個人認為 HU 的老師們普遍對教學都很有熱忱，很歡迎學生各種提問，也相當重視學生的意見、願意協調溝通，是個良善的教學環境。

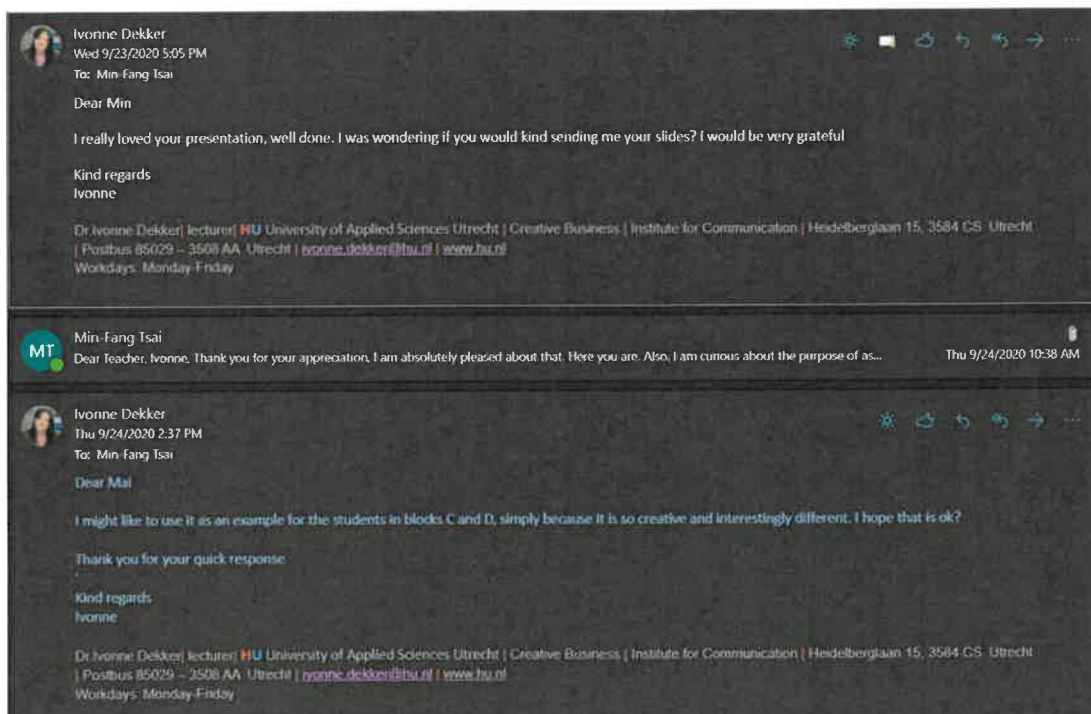
外國同學們很熱情，比較少有慢熟、害羞的樣子，大家剛認識時就會關心彼此的近況，有話直說，對於情感的表達很直接，當然，人還是有分地域性，像是我遇到的荷蘭同學很包容各種文化、不同國家的人，願意去尊重以及理解對方，是很溫柔的類型；來自德國的同學自信謙虛又內斂；西班牙同學則是個性奔放、不拘小節；中國學生上課勤勉認真，筆記做的超快超完整；每一門課都像是進入一個小小的地球村，能看到各式各樣的國家文化和國人性格，是我覺得非常特別也很有趣的景象。



參與過的線上課程



某一堂課的同學們



報告內容深受肯定，老師主動來信詢問我將之作為教學範例的意願

四、建議事項

1. 思考清楚出國進修的目的，是為了學習、旅行、交外國朋友等原因，這在任何你感到猶豫不決或迷惘的重要時刻，包含歐洲疫情嚴重時要不要出國、如何評估旅行的風險，除了謹記初衷、不背離本意之外，傾聽自己的聲音，了解自己的想法，無需過度在意前人給予的告誡，或是家人朋友社會對於你的期待，這些也是能幫助你下決定、做判斷的好方式，畢竟關於出國這件事，更重要的是你有沒有學會對自己的人生負責任。
2. 要有凡事準備萬全的心態，網路上有許多出國注意事項，儘快申請 MVV、提早訂好機票，該做的篩檢、對方國家的禁令等等，這些都要事先做好功課，若仍有疑問，也不要避諱詢問他人的意見，想辦法找方式解決，這些能力的培養有助於日後出國遇到突發狀況時，能迎刃而解、開開心心地生活。

五、附件

(一) 課程概要

Block A (Media Psychology)

1. Cognitive Psychology of the Media (Majda Lamkaddem)

講述了許多心理學的理论，如人類視神經、注意力、長短期記憶等，舉例過去的研究發現運用特定規則或視覺效果，能夠如何有效激起人類對於事物的情感或反應，也會教學如何操作 SPSS。期末有小組及個人作業，小組作業還滿有趣，將所學的心理學知識去做成一個實驗，並將實驗目的、方式、結果等整理成一份報告，而個人作業則是陳述一件與認知心理學相關的個人經驗，兩者都偏向將理論實際應用。

2. Mass Media and Mass Persuasion (Ivonne Dekker)

這門課很扎實，老師一堂課能丟出十幾種心理學理論，課程節奏快，學很多也忘很多，會教消費者行為學、廣告心理學、神經營銷學等知識。有小組及個人作業，多半是針對現有的廣告進行分析，理解網路廣告中經常使用的手法等。該老師個性慈祥，上課氣氛平和，對作業的要求相對寬鬆，個人認為沒能在作業當中應用、收穫更多，實屬可惜。

3. Psychological Effects of the Media (Marleen Katayama-Klaassen)

探討不同主題在媒體上產生的不同影響，包含暴力、性、文化差異等，提及了青少年或幼童在接收到這些資訊時，對日後發展產生的影響。個人作業包含在小組報告中，由於偏向理論形式，在準備作業的過程，閱覽學術文章、了解媒體對於人類的影響，這些知識讓我收穫許多，也是許多人認為值得修的一門課。

Block B (Media Psychology)

1. Cyberpsychology (Ivonne Dekker)

講述了網路心理學，提及網路上人與人的關係、自我表達、網路暴力、網路成癮等，以及網路對兒童的影響，老師會丟出很多理論，一樣學很多忘很多，不過這門課的作業要求稍微嚴謹一些，有小組和個人作業。個人作業是針對一個網路議題表達個人看法，需陳述正反方的論點，然後加以潤述，讓讀者同意你這方的觀點，因為字數有一定要求，不能寫太少，所以在初期閱讀文獻的部分，必須累積夠多的資料量，才得以滔滔不絕地用文獻佐證自己的觀點並說服讀者；完成這項作業後，得到了滿滿的成就感，不僅是寫完一大篇文章的爽快，更是在準備的過程中，對於研究的這塊領域了解非常透徹，尤其在得到老師的認可後，只有一個爽字，顧了面子也有了裡子啊！

2. Digital Media and Culture (Bjorn Beijnon)

我超愛這個老師，是對教學有熱忱、非常認真，而且關心學生的好老師，上課方式常會邀請學生表達意見，提出不懂的地方，然後花很多時間舉例跟解釋。課程內容多半是議題的探討，比如說資本主義、網路新聞、假新聞或是有影響力的人等等，課前要先閱讀老師給的文章和指定觀看的影集，課堂中會針對重要字詞或關鍵的影像片段來做延伸討論，期末則是 open book 考試，多半是應用題，只要將上課內容理解透徹、融會貫通，基本上會過關，總體而言，是個能保持輕鬆愉悅的上課氛圍中學習的好課。

3. Psychology of News Framing (Dennis Nguyen)

會介紹一些新聞框架的理論，像是視覺圖像的分析、議程設置、媒體架構等知識，內容還滿學術的，會有點沉悶無趣，無特別記憶點。有小組及個人作業，個人作業是回答問題，小組作業則一樣會運用到 SPSS 來完成。

Block C (Creative Business)

1. Research Lab and Methods (Bjorn Beijnon)

很幸運又能再度上到這老師的班級，這是一堂基礎入門的研究方法課程，從教學如何搜尋學術文章開始，多為小組合作討論主題，各自選擇不同的小分支、決定研究方法；老師非常注重與學生的互動、關心大家的想法和意見，花了許多時間分組討論，雖然教的東西不難，但對於作業的要求仍算嚴謹，也會逐步帶領大家往正確的方向去思考，而不會直接否定任何人的想法，上這堂課總是讓人感覺舒服且願意專心聆聽學習。

2. Transcultural Creative Strategy (Heath Broussard)

針對一個影集在不同國家做活動推廣，學生必須分組選擇一個歐洲國家進行市場調查，包含訪問本國人、對新興媒體的使用頻率、或是事件的看法等，依照各組蒐集的資料，個別去為該市場做影集推廣。

Block D (Creative Business)

1. Building Brand Experience (Shalini Wood)

為品牌制定 10 年後的方向與規劃，解構該品牌宗旨、現有的產品服務、顧客群等現況，綜觀古今事件來推測未來 10 年品牌會遇到的情況與發展，設定未來的生活樣貌、大眾的消費習慣、品牌帶給社會的感受與功用，然後為品牌制定 10 年後的發展方向與活動。當中，分析過去與現今局勢的探討讓我滿有感，如何運用過去的事件和經驗，來引導推測未來的趨勢，這部分是我較少思考過的範疇，對於品牌發展有相當大的助益。



2. Manage Creative Process (Andrea Gil Galue)

這堂課則學到規劃行銷活動與撰寫企畫書，學生分別會為兩個小品牌規劃行銷活動，從如何分析品牌、定位到未來發展方向，老師會逐步解說並且帶著學生練習，期中是個人作業，針對某 A 品牌規劃行銷企劃，期末的團體作業則是從大家的個人作業中，挑選一個你們認為最適合發展的方向，進一步修改 B 牌的企劃，包含品牌目標、行銷方向、活動、預算及活動需要的器材，每一項皆須有關聯性且合理，並於報告時，回答同學與老師的提問，整體而言對我算是普普、有一點收穫的課程。

3. Persuasive Content Marketing (Nicoleta Anton)

這是最喜歡也影響我最深的一門課，老師會要求每位學生經營一個社群帳號（FB、IG、YT、播客等），在五週期間，透過自主經營平台，將上課所學的知識轉化為輸出，並放到實際市場中，藉由觀看後台分析資料，來讓經營者了解哪些內容行銷、演算法、內容類型、主題等，會是影響觀看數多寡或貼文成效的重要關鍵，期末將這些資料與經營心得做成成果報告書，提供給客戶精闢的經營建議與方向。這是一堂從 0 到有的實戰經驗，我們嘗試創作內容、經營頻道、學習如何增加貼文曝光率、與粉絲互動等等，這些是讓我修完這堂課，感到非常實際收穫的寶貴體驗，推薦對經營自媒體有興趣的學生，一定要修過這堂課，絕對是很扎實的內容。

(二) 成果報告檔及照片檔光碟片 1 份

所屬系所 審核意見	指導老師簽名：  系所主管核章：  (*本欄務必就報告內容填寫具體意見，不得空白)
--------------	--

※ 備註：

1. 成果報告請用 A4 紙直式橫書依規定格式撰寫（活動照片請附簡單文字說明）。
2. 本項成果報告及活動照片應無償授權本校作為推動業務之任何利用。