

教育部
人文社會科學應用能力及專長培育計畫
期末報告書

【計畫名稱：APP 國際行銷雲端服務系統應用實務】

執行單位	僑光科技大學校 觀光與餐旅學院 應用英語系 (所)		
計畫名稱	APP 國際行銷雲端服務系統應用實務		
開課別	<input checked="" type="checkbox"/> 大學部		<input type="checkbox"/> 研究所
主持人姓名	洪麗菁	服務單位	僑光科技大學 應用英語系
主持人 電郵地址		主持人電話	
兼任助理姓名	王秋閔	服務單位	僑光科技大學 應用英語系
兼任助理電話			
兼任助理電郵 地址			
服務單位 地址	台中市西屯區僑光路 100 號		
計畫網址	http://ae.ocu.edu.tw/bin/home.php		

中華民國 104 年 01 月 10 日

目錄

壹、開設課程一覽表

貳、修課人數統計表

參、實習單位資料表

肆、課程進度表

伍、教學方法

陸、計畫自評表

柒、教學日誌

捌、計畫網站說明

壹、開設課程一覽表

※請依實際開設課別、邀請講師名單，自行增設表格。

課程名稱	開設學期	學分數	授課教師 (含職稱)	性別	邀請講師名單 (含任職學校、公司、機構及單位職稱，外聘專業師資需註明外聘)	性別	講師授課時數	
文化創意理論與實務	103-1	2	王永銘	男	李玉銘(外聘)	女	8	
						林易詳	男	8
網路雲端APP行銷	103-1	2	林易詳	男	王煜翔(外聘)	男	20	
						李玉銘(外聘)	女	8
實習實作	103-1	4	陳鴻麟	男	長茂科技股份有限公司			
總計								
教師性別	男4位，女1位							
講師總數	學校師資0名，業界師資5名，共5位							
授課時數	學校師資0時，業界師資144時，共144時							

貳、修課人數統計表

請分門明列如下，並依實際開課別及修課人數自行調整格數：

課程名稱(103年度上學期)	文化創意理論與實務/網路雲端APP行銷/實習實作
修課人數	學生共 23名，男4，女19名。其中跨級(非大三四/碩二以上)修習者共23名，跨域(非開課單位)修習者共21名。
總計	
共開設課程3門，學生總數23名，男4，女19名。其中跨級(非大三四/碩二以上)修習者共23名，跨域(非開課單位)修習者共21名。	

參、實習單位資料表

執行實習之單位，可依實際狀況自行調整格數。

實習單位負責人	實習單位名稱	實習單位地址	分配實習人數		實習時數	實習內容概述 (含主要教學內容、作業或作品要求及實習成效，每單位概述以兩百字為限)
			男	女		
黃鈺銘	長茂科技股份有限公司	新竹科學園區研發一路五號1樓			每人 72小時	(1) 利用英文語言之數位內容加值應用於專業 APP 之技術與素養 (專業敏感度) (2) 瞭解結合 QR Code/GIS/LBS 與 APP 設計之雲端加值應用 (知識) (3) 利用跨平台 APP 製作，創作符合業界需求之 APP 應用 (技能) (4) 瞭解雲端科技知識與實務行銷應用之重要性與必要性 (其他)
實習單位總計：共 1 個。			實習生總計：男 4 位，女 19 位，共 23 位。			
實習時數總計：共 72 時。						

肆、課程進度表

請分門寫明每週課程之講師資訊，及其所授之課程內容，包含課程主題、講述或討論重點等。

註：請依實際開設課別增設表格。

課程名稱	文化創意理論與實務		任課教師	王永銘
學分	2		課程開設日期	103年8、9月
週次 /日期	講師姓名、單位及職稱	課程內容		備註
第1週 (○/○)	王永銘	文化創意產業概論 I		
第2週	王永銘	文化創意產業概論 II		
第3週	王永銘	文化美學與商品設計之關係		
第4週	王永銘	創意商品開發與思維 I		
第5週	王永銘	創意商品開發與思維 II		
第6週	王永銘	商品設計流程及案例分享 I		
第7週	王永銘	在地傳統產業(蘭花、陶瓷、茶葉、香菇)創意探討 I		
第8週	王永銘	在地傳統產業(蘭花、陶瓷、茶葉、香菇)創意探討 II		
第9週	王永銘	創意設計活動實作 I		
第10週	王永銘	創意設計活動實作 II		
第11週	王永銘	公部門文創產業發展推動策略探討		
第12週	王永銘	視覺藝術與文創商品探討		
第13週	王永銘	創意行銷		
第14週	王永銘	創意生活產業介紹		
第15週	王永銘	文創產業管理實務		
第16週	王永銘	文創產業相關專利與智財權介紹		
第17週	王永銘	文創商品設計分組競賽生活營 (鹿野立品有機茶園)		
第18週	王永銘	文創商品設計分組競賽生活營 (鹿野立品有機茶園)		

課程名稱	網路雲端行銷		任課教師	林易詳
學分	2		課程開設日期	103年8、9月
週次 /日期	講師姓名、單 位及職稱	課程內容		備註
第1週 (○/○)	林易詳	網路雲端行銷理論與實務		
第2週	林易詳	網路雲端行銷實例分享		
第3週	林易詳	APP行銷		
第4週	林易詳	電子商務介紹		
第5週	林易詳	社會網絡行銷		
第6週	林易詳	Facebook行銷		
第7週	林易詳	部落格行銷		
第8週	林易詳	Plurk行銷		
第9週	林易詳	故事行銷		
第10週	林易詳	會員經營管理		
第11週	林易詳	SEO		
第12週	林易詳	Google+		
第13週	林易詳	網絡行銷實戰：策略、技巧		
第14週	林易詳	網絡行銷實戰：策略、技巧		
第15週	林易詳	網絡行銷實戰：策略、技巧		
第16週	林易詳	學生網路行銷 proposal 簡報		
第17週	林易詳	學生網路行銷 proposal 簡報		
第18週	林易詳	學生網路行銷 proposal 簡報		

課程名稱	實習實作課程	任課教師	陳鴻麟
學分	4	課程開設日期	103年8、9月
週次 /日期	講師姓名、單 位及職稱	課程內容	備註
第1週 (○/○)	陳鴻麟	文化創意產業與特色商品應用	
第2週	陳鴻麟	QR Code 介紹與虛實整合行銷應用	
第3週	陳鴻麟	認識行動 EDM 與電子商務應用概論	
第4週	陳鴻麟	簡報與討論	
第5週	陳鴻麟	認識 App	
第6週	陳鴻麟	多媒體導覽資訊介紹與應用	
第7週	陳鴻麟	App 資訊創作應用平台功能說明	
第8週	陳鴻麟	設定雲端行動 LBS App 平台操作環境	
第9週	陳鴻麟	雲端行動 LBS App 功能操作	
第10週	陳鴻麟	雲端行動 LBS App 建置與管理 App 按鈕	
第11週	陳鴻麟	雲端行動 LBS App 建置圖形物件基本操作	
第12週	陳鴻麟	雲端行動 LBS App 建構多層分類及自訂版型	
第13週	陳鴻麟	微影片與雲端導覽系統應用	
第14週	陳鴻麟	創意主題 APP 設計製作 1	
第15週	陳鴻麟	創意主題 APP 設計製作 2	
第16週	陳鴻麟	簡報與討論	
第17週	陳鴻麟	期末簡報與經驗交流討論 1	
第18週	陳鴻麟	期末簡報與經驗交流討論 2	

伍、教學方法

此表為教學方法簡述，如 貴課程無以下教法類型，或使用他種方式，亦可說明於「其他」欄位，無相關資訊可提供，即毋須填寫。

教學方法	事例
本土教材	【文創商品設計】此一課程選擇以下 4 項台灣在地產業為主題，讓學生有機會實質體驗從文創至國際行銷之整體課程：蘭花、陶瓷產業、香菇及茶葉。
國際化教材	【實習實作課程】本課程提供每組學生以他們所選的台灣產業主題，並針對該產業特色，設計出適合行銷此一產業至國際市場的 APP 軟體。
數位應用	【實習實作課程】此課程之規畫分為以下兩部份：(一) 僑光科大學生至新竹科學園區長茂科技實習 APP 平台之使用方式及 APP 如何與行銷結合。此外，長茂科技講師亦將至僑光對本計畫案進行對其所開發平台之使用方式授課。同時，學生將前兩門理論課程所完成之網路行銷和文創作品實際以長茂科技提供之 APP 平台銷售至國際市場 (二) 此計畫將安排蘭花、陶瓷、茶葉、和香菇等四產業的業者和僑光學生進行講座分享關於貴產業行銷所面臨之相關問題及產品之國際市場等議題。於課程中，學生須分組並由以下之產品中選定一個欲銷售之產品：蘭花、陶瓷、茶葉、及香菇。(三) 透過 APP 平台學習如何連絡國外買家以將產品成功的銷售產品至國際市場為目標。長茂科技公司資深顧問陳鴻麟先生將負責指導此一實習實作課程。將透過授課及個別指導之方式成功的提供參與此一實習課程的計畫案學生關於 APP 的知識和實質應用。
社區營造/ 地區性活動/ 地方性主題	本計畫案提供學生校外教學及參訪研習(參訪以下產業：蘭花、陶瓷、茶葉、及香菇)，並藉由上述課程規劃，讓學生瞭解文化創意產業基礎理論及實務運作，達成課程教學目標，並運用英文能力背景及文創學程訓練，提供台灣在地文創產業需求，提升產業競爭力，滿足學生就業需求。
其他教學活動	事例
參訪	【網路雲端 APP 行銷】暢敘蘭業、新社三悅香菇農場。【文化創意理論與實務】南投水里窯、嘉義生力茶葉農場。【實作實習課程】長茂股份有限公司。
競賽	舉辦計畫案成果展校內發表

陸、計畫自評表

一、計畫內容

(一) 課程架構及進行模式

(請陳述講座課程與實作/習課程之教學模式，及銜接單一課程之整體構想)

本計畫之主要目標為設計出三門課程以提供僑光科技大學應用英語系學生將英文和其他商業元素結合，以培養學生未來創業之可能性。目前僑光科大應英系學生如對商業方面課程有興趣，在校修課可選擇之模組為商業模組。選擇商業模組之學生在選課方面，主要以選修行銷、國貿、企管等商業課程為主。藉由這些課程的訓練，學生雖可以具備未來就業的能力，但創業能力的培養尚嫌不足。然而在高度競爭的社會如台灣，大學的使命應該能更一步規劃出能幫助學生創業的課程，供有興趣的學生選讀，而決定創業是否能成功之最重要元素之一為行銷。換言之，目前僑光科大所提供的商業課程尚不足以培養學生的創業行銷能力，因此此一計畫案在開設課程部份有特別開設跨領域，且能幫助學生創業行銷之科目。藉由結合產官學之合作，此計畫案可以提供一個平台讓學生體驗雲端創業行銷之過程。例如：計畫案成果之一為，學生須聯絡潛在之國際客戶，將欲銷售之商品(蘭花、茶葉、陶瓷、香菇)加入文創設計將產品加值藉由雲端及行動電子設備快速的行銷至國際市場。

當我們在規畫此一課程時，選擇以下 4 項台灣在地產業為主題，讓學生有機會實質體驗從文創乃至國際行銷之整體過程：

1. 蘭花

蘭花在台灣本土產業外銷上佔有非常重要的一席之地。根據農委會的統計資料，全台蘭花總種植面積約為 369 公頃，產量亦有四千六百多萬盆(此一產量逐年增加中)，約佔全球市場 4 成。且台灣的蘭花產值約 70%外銷至美國、日本、歐洲、東南亞等地。因此蘭花產業對台灣而言是一門具有相當潛力的在地產業。藉由串聯相關產官學三方面，透過業界(蘭花業者)及學術(雲端行銷和文創商品之概念)等之結合，成功的將蘭花透過網路雲端行銷之方式成功的銷售至國際市場。

2 陶瓷產業

陶瓷一直以來代表台灣之文化品味，是一項兼具創意，品味、及實用性的台灣在地產業。20 多年前，在台灣陶瓷業全盛時期，全國有 100 多家陶瓷廠商，每年總產值達 200~300 億元的好光景，當年的台灣陶瓷產量名列全球第五名；如今，物換星移，面對中國陶瓷業強勢壓境，台灣陶瓷廠商已縮減到 40~50 多家，每年產值更減少到 100 億元，2009 年初受到全球金融風暴波及，陶瓷產業情勢更加冷清。在傳統產業的沒落下 陶瓷產業如能和其他產業結合如蘭花、茶葉等以發展出文創產品進而讓陶瓷產業以另一種形式轉型經營並茁壯，將是另一台灣在地產業的發揚光大。

3 茶葉

根據農委會統計資料顯示，台灣在 50, 60 年代茶葉外銷曾高達一年二萬公噸，此時期為茶葉外銷之黃金時期，然而隨著工業的發展，農業遂漸沒落，台茶的外銷亦喪失競爭力，目前台茶主要的外銷國為美國，且數量亦在增加中，因此如何掌握歐美市場實為政府及茶農極需努力之處。根據研究，茶葉有提神、降血壓血糖、保健牙齒等

功效(吳能惠, 2011), 因此歐美市場及其他國際市場對茶葉的接受度相當高。本計畫將邀請茶葉產業創業者參加此計畫案, 至僑光科大授課演講。

4. 香菇

香菇在台灣農產品當中一直佔有非常重要之地位, 不論是新鮮或乾燥之製品。香菇因富含營養價值(維生素 B12, B2), 且熱量低、油質少、高纖維等而名列健康食品之排行榜, 因而廣受東西方消費者之喜愛。由於現今科技變遷快速, 消費者意識抬頭, 所以傳統之銷售型式已不敷所求, 必須力圖改革以增加銷售量, 品牌曝光率和產品多元化。

(二) 計畫團隊執行情形

(說明計畫團隊師資之分工實況, 洽詢業師授課後之感想與建議)

此一計畫案主要規劃三門課程: 一門實務應用與實作課程與兩門應用能力基礎知識課程。

應用能力基礎知識課程包含:

(一) 網路雲端行銷:

隨著智慧型終端設備日益普及, 使用行動上網的人數也快速的增加, 而過去行銷管道已由如平面廣告、電視廣告、網路廣告等拓展至現今最夯之雲端網路行銷。因此本課程之主要目的為讓學生對雲端網路行銷有全方面的了解, 知道何為數位行銷、雲端應用基礎入門再進階至如 Facebook 行銷、社群行銷、APP 行銷等。此一計畫案將結合僑光科技大學應英系及網路雲端行銷為台灣的傳統產業(蘭花、陶瓷、香菇、及茶葉)開創新商機並可望行銷至全世界。

本課程之課程規劃將由業師教授學生網路雲端行銷理論與實務、APP 行銷、社會網絡行銷等, 再介紹網絡行銷實戰的策略及技巧。最後由僑光科大應英系學生實際製作一套可運用於網路雲端行銷之作品。參與此課程僑光科大應英系之 20 名學生, 將以 5 人一組分 4 組的方式, 每組選擇一門本計畫案鎖訂之產業(蘭花、陶瓷、茶葉、香菇), 透過文創商品設計之包裝將商品以網路雲端行銷之方式行銷至國際市場。此一課程將由王煜翔總經理負責授課。王總經理目前是三悅香菇農場的創辦人, 有他的參與此一團隊, 學生將有機會實際了解業者如何成功的將香菇銷售至國際市場。此外他畢業於臺中科大應英系因家族從事香菇事業, 因此畢業後他將家族香菇事業由傳統的銷售方法加入網路行銷和他的語言優勢——英語, 成功的將香菇行銷至國際市場如日本、德國等國家。

(二) 文創商品設計-- 理論與實務:

文創商品設計的主要精神在於設計須兼具商品之美感、在地之文化、創意、及經濟效益(詹惠芳, 102), 因此本課程之設計將聘請文創商品界之業者至僑光科大應英系以文創商品實例分享之方式教授學生 (一)了解文創品牌的建議, (二) 文創商品如何成功的和產業結合和(三)文創商品如何成功的行銷。課程結束時, 本計畫安排有文創商品生活營之活動讓學生有機會將自己設計的文創作品以簡報的方式展出並競賽, 也將安排相關業者對學生的文創商品進行評論及建議。華暘文創整合有限公司王永銘總經理將負責此一課程。他有多多年文創商品設計之經驗, 在此課程中他規劃了非常豐富的文創商品設計理論與實驗資訊提供給學生。經由他的訓練, 參與此一計畫案之學生將能成功的將文創商品概念實際應用於國際行銷。

(三) 實務應用與課程—長茂科技

此課程之規畫分為以下兩部份：(一) 僑光科大學生至新竹科學園區長茂科技實習 APP 平台之使用方式及 APP 如何與行銷結合。此外，長茂科技講師亦將至僑光對本計畫案進行對其所開發平台之使用方式授課。同時，學生將前兩門理論課程所完成之網路行銷和文創作品實際以長茂科技提供之 APP 平台銷售至國際市場 (二) 此計畫將安排蘭花、陶瓷、茶葉、和香菇等四產業的業者和僑光學生進行講座分享關於貴產業行銷所面臨之相關問題及產品之國際市場等議題。於課程中，學生須分組並由以下之產品中選定一個欲銷售之產品：蘭花、陶瓷、茶葉、及香菇。(三) 透過 APP 平台學習如何連絡國外買家以將產品成功的銷售產品至國際市場為目標。長茂科技公司資深顧問陳鴻麟先生將負責指導此一實習實作課程。他將透過授課及個別指導之方式成功的提供參與此一實習課程的僑光科大應英系學生關於 APP 的知識和實質應用。

二、執行過程遭遇之困難

(請簡述計畫執行時遭遇的各式困難，如師資、經費與活動安排，學生觀感、課堂反應和學習態度，考評設計與結果是否反映學生之認知技能已提升，是否提供教學意見回饋管道等，並說明應變方式或往後修正設計之考量。)

計畫案執行過程間，的確遇上了不少困難，如師資問題因資歷未滿校內規定的年份，需重新聘請一位專業老師為課程主要老師，而資歷未滿的老師則成為講師。經費的部分，因有些經費上有做流動使用，如租車費超過預算，則須做流動使用，因此將交通費流用至租車費等。活動的安排大致沒有問題，但因當初未考慮周詳，有幾位同學在課程期間遇到打工時段，因此需提早下課，這部分雖然覺得學生應該以學校課程為主並專於學習，但因為害怕學生生計問題，則讓少數幾位學生提早幾分鐘下課，並請同學彼此互相給予相關資訊。

參與計畫案課程的學生們因平時學習領域大致不同，因此同學們對此三門課皆有好好奇心，並覺得專業外界師資各有不同有趣的上課方式及內容，課程中師資都是正於外界的領域專家，每當提供學生日前外界等資訊，以及上課方式的活潑性，同學們反映都很踴躍，並覺得上課起來有趣又容易吸收新知。

另一困難是我們的學生第一次接觸這樣的主題因此對自己的表現還是較沒信心。例如當課程結束後參與此一計畫案的長茂公司和萬能科大有舉辦一個 APP 主題的比賽，計畫主持人也有鼓勵學生參加，但學生反映對自己的產品還是沒信心。

自評整體達成率：100 %

三、實作/習個案狀況說明

(請試擇積極修課學生個案數例，書寫其對課程及就業之想像與期待，勤力修業之事實，課後進入職場之狀況，或進修之取向等。如執行中曾遇困難個案，未能與學生良性溝通、調適其預備就業心態，乃教學方法或時程安排有待改進處，亦可於此分享。若無上述情形可不予填寫。)

林欣儀同學：文創商品設計的課程讓我學習到了設計改良時需要考慮到的因素，以及配置、色彩和實用性方面也有了基本的了解。APP 的設計製作課程，讓我學會基本的設計理念，以及可以自己動手製作 APP 和 QR code，並指導我們利用這些技術設計出便利的應用軟體。網路雲端的行銷課程中，老師分享的親身經驗，讓我們受益良多，不只是告訴我們如何行銷產品，更教導我們如何應變遇到的困難，我認為這對平常生活所會面臨的問題幫助也很大。

黃昭諭同學：蘭花業者的課程除了介紹五大蘭屬之外，還有 DIY 體驗的部分，讓我們上課的內容格外豐富，而且老師細心的教導我們：「不要怕跌倒，但至少也要撿起一項東西，要學習前人給的教誨。」而文創商品設計課程中，老師曾與業者的設計專家來分享，提及行銷沒有特定的手法，只要有個方法能促使你將商品售出，它就是成功的行銷手法，老師們適時的給予我們豐富的新知，讓我對課程印象特別深刻。

曾怡榕同學：業者老師上課很活潑，經驗豐富的分享，並讓我們在課堂上討論有關行銷的論題，受益良多。

林依嬋同學：每一位老師上課方式不盡相同，但都有替學生考量吸收程度，難度適中，對每位同學都很有耐心，只是整體課程上下來覺得有些疲累，好像回到國中那樣整整上八節課，不過學到了很多生活中的美學、商品的創意、創意式的行銷，及 APP 的製作與使用等，讓我覺得暑假過得很充實。

戴州孟同學：對於暢敘蘭園的相關課程印象很深刻，實際的接觸蘭花，由實作引導理論，活動內容製作胸花、束花和盆栽等，看似簡單的成品，實際製作起來卻非常困難，老師也在活動後介紹蘭花產業的種類及市場競爭，和內外銷售的情況，從原本的單純的農業，帶入了管理及企業化，印象最深的是老師說：「台灣蘭產永遠有顧客，但是沒有永遠的顧客。」

彭婉琳同學：上課的業者老師都很認真，但覺得功課繳交的頻率有些過高，一、兩個星期就要繳交 5、6 個 Word 書面，一下又要滿滿內容的 PPT，以及短時間內完成網頁並上台報告，覺得這樣的時間上，學習成效太急促了，很有壓力。

梁芸瑄同學：傳統產業行銷創新才能永續發展，而行銷可以從生活中許多細節發現。

四、實驗性課程成為常設課程之可能性評估

(請試評估此實驗性課程置入常設課程的可能性。課程編制、業師陣容、跨域及實作/習主題等項目應如何調整，方能與 貴單位課程規劃、經費資源及學生素

質相配合，逐步達成人文學門部分課程垮域/界轉型的目標。如 貴課程已成為系(所)內常設課程，亦請說明。)

計畫主持人和此計劃之其他三門授課老師以口頭詢問非問卷調查之方式了解參與此一課程學生對本計畫案所提供之課程和他們未來就業之期待，得到以下訊息：

a.) **網路雲端行銷**：絕大部分同學有興趣未來應用自己的英文能力進入導遊市場，因此他們認為此門課程提供他們一個機會學習結合僑光科技大學應英系及網路雲行銷為台灣的傳統產業(蘭花、陶瓷、香菇、及茶葉)開創新商機並可望行銷至全世界。

b.) **文創商品設計-- 理論與實務**：參與此一計畫案之學生皆對此一門課程的規劃展現濃厚的學習興趣。安排有文創商品生活營之活動讓學生有機會將自己設計的文創作品以簡報的方式展出並競賽。經由此課程的訓練，參與此一計畫案之學生成功的學習將文創商品概念實際應用於國際行銷。

c.) **實務應用與課程—長茂科技**：

(一) 僑光科大學生至新竹科學園區長茂科技實習 APP 平台之使用方式及 APP 如何與行銷結合。此外，長茂科技講師亦將至僑光對本計畫案進行對其所開發平台之使用方式授課。同時，學生將前兩門理論課程所完成之網路行銷和文創作品實際以長茂科技提供之 APP 平台銷售至國際市場 (二) 此計畫將安排蘭花、陶瓷、茶葉、和香菇等四產業的業者和僑光學生進行講座分享關於貴產業行銷所面臨之相關問題及產品之國際市場等議題。於課程中，學生須分組並由以下之產品中選定一個欲銷售之產品：蘭花、陶瓷、茶葉、及香菇。(三) 透過 APP 平台學習如何連絡國外買家以將產品成功的銷售產品至國際市場為目標。長茂科技公司資深顧問陳鴻麟先生將負責指導此一實習實作課程。他將透過授課及個別指導之方式成功的提供參與此一實習課程的僑光科大應英系學生關於 APP 的知識和實質應用。

柒、教學日誌（上學期講座課程與下學期實習課程各酌選三週填寫，共6篇）

上課時間	103年08月20日
課程主題	蘭花行銷包裝
地點	僑光科大 僑光館 704 教室
(一)課程進度(摘要式)	
介紹產業的知識，藉由認識進而發展行銷包裝。	
(二)上課觀察(學生反應、師生互動…等)	
蘭花的包裝行銷，讓學生受益良多，也有許多教材讓上課顯得更生動活潑。	
(三)課程進行待改進部分	
經費及適當性，不知該讓同學每個人各有一組盆栽教材，還是幾個人為一單位分組發放教材好，也許可以深入探討。	
(四)質性意見(匿名)訪問(約2-3 人)	
因業界老師的仔細介紹，才知道蘭花原來有好多種，也才知道原來台灣的花種這麼特別，在行銷包裝的部分，的確和文創商品產業有著深深的關聯，希望往後能有更多的設計課搭配產業一起升級課程的指導內容，想必這樣的領域一定會更有趣。	
(五)課程照片記錄(約3-5張，每張照片請簡要說明)	



老師正與學生講解蘭花及盆栽的裝飾。



同學們彼此合作互助妝點蘭花盆栽。



同學們將盆栽完成的樣本。

上課時間	103年08月26日
課程主題	蘭花行銷包裝
地點	僑光科大 僑光館 704 教室
(一)課程進度(摘要式)	
介紹產業的知識，藉由認識進而發展行銷。	
(二)上課觀察(學生反應、師生互動…等)	
胸針的製作讓大家都很有興趣，而蘭花的附屬行銷包裝也顯得多變。	
(三)課程進行待改進部分	
在製作介紹過程，老師在指導部分同學時，無法同時指導其他同學，可能在課程上往後可以多做更仔細的設計。	
(四)質性意見(匿名)訪問(約2-3 人)	
製作產業的相關產品覺得很有新鮮感，而且老師的很有耐心的指導，感覺老師對於專業的成就感，也讓我們覺得很榮幸能跟專業業界學習。	
(五)課程照片記錄(約3-5張，每張照片請簡要說明)	



老師正在指導同學蘭花的胸針製作。



同學們彼此分享胸針製作過程，並展示。



蘭花胸針完成的樣本。

上課時間	103年08月14日
課程主題	實作實習課程-長茂參訪
地點	長茂股份有限公司
(一)課程進度(摘要式)	
長茂公司實習實作的介紹參訪，並搭配長茂科技專業提供的網路平台製作課程。	
(二)上課觀察(學生反應、師生互動…等)	
同學們首次接觸科技領域，對於科技部分的學習有不一樣的意見，大家安靜的小心聆聽講師介紹，似乎深怕錯過任何一個環節就會不了解似的。	
(三)課程進行待改進部分	
因新竹科學園區離校園較遠，有些時間皆消耗在坐車時間，也許可以往後可以在車上多做些初步的介紹活動等，以便到達後，講師的Q&A可以得到更多的反應問題回饋。	
(四)質性意見(匿名)訪問(約2-3 人)	
有好多的科技領域第一次接觸都不太懂，講師講解的東西有好多不甚了解，問題問不完，希望以後課程可以有更多的時間可以多了解未知的領域。而在平台的使用上，有了好多不同的新感觸及科技，覺得課程可以得到這樣的專業平台很開心。	
(五)課程照片記錄(約3-5張，每張照片請簡要說明)	



長茂公司實作實習，講師正在介紹長茂。



長茂公司實作實習，講師正在介紹長茂。

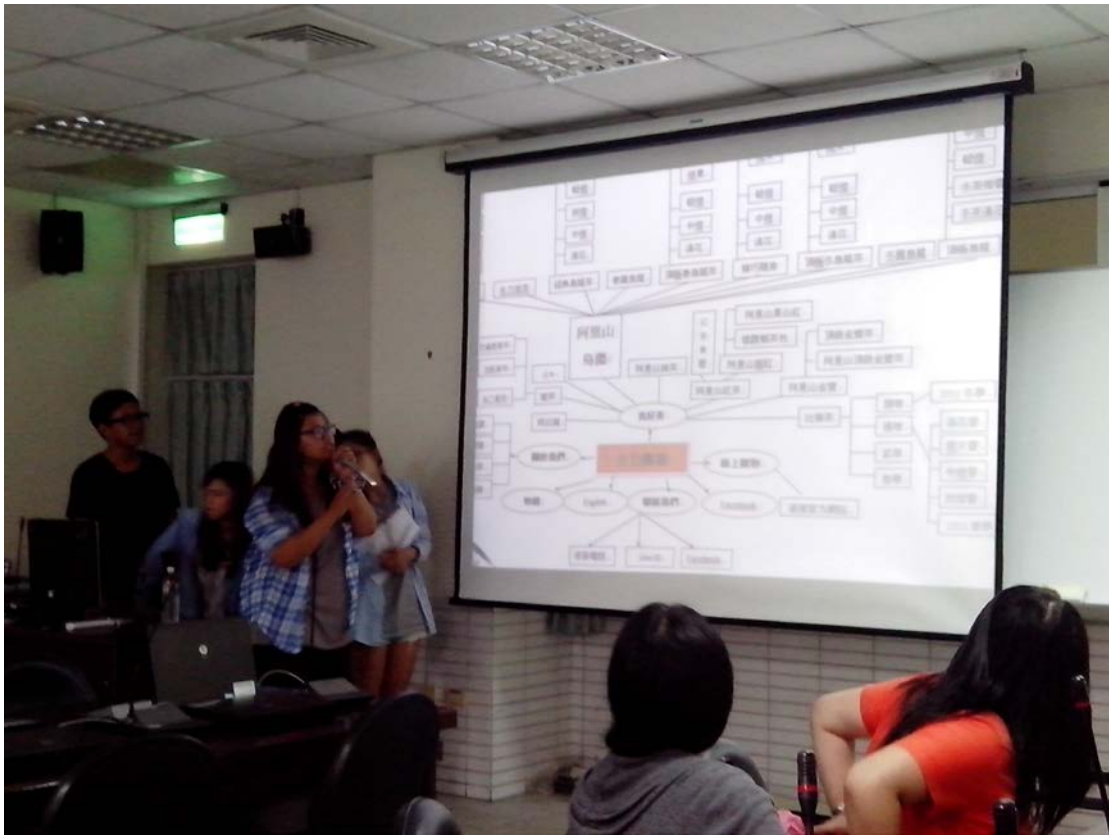


科學園區前的合影。



長茂科技前的合影。

上課時間	103年08月27日
課程主題	實作實習課程-期末報告
地點	僑光科大 僑光館 704 教室
(一)課程進度(摘要式)	
<p>同學們已大致使用及認識長茂所提供的專業平台，以及也認識過各產業知識，藉由同學分組報告，來統整大家在此計畫案課程中的學習成果。</p>	
(二)上課觀察(學生反應、師生互動…等)	
<p>學生不會因為這是短期課程就輕忽或者鬆散，在報告過程中，大家看似對於自己的成果有一翻成就感，而老師也從學生吸收知識所消化的報告取得不少不一樣的觀點。</p>	
(三)課程進行待改進部分	
<p>同學們因短時間緊湊的課程，容易只了解到表層及大概的行銷、雲端使用，或者產業表層資訊，往後可能需要探討計畫案的執行時期應加長。</p>	
(四)質性意見(匿名)訪問(約2-3 人)	
<p>覺得期末報告統整了大家所吸收的資料很有成就感，但基本上覺得這個計畫案課程執行得太緊湊，感覺都沒有辦法百分百的學以致用，若課程很有興趣或者覺得對未來很有幫助，但學習時間卻趕不及吸收。</p>	
(五)課程照片記錄(約3-5張，每張照片請簡要說明)	



實作實習利用長茂提供的平台資訊，讓學生做一個組員簡報報告。



實作實習利用長茂提供的平台資訊，讓學生做一個組員簡報報告。



實作實習利用長茂提供的平台資訊，讓學生做一個組員簡報報告。

上課時間	103年08月25日
課程主題	蘭花行銷參訪
地點	暢敘蘭業
(一)課程進度(摘要式)	
藉由參訪，深入了解產業的行銷及其需求，進而廣泛運用雲端和文創發展產業之行銷。	
(二)上課觀察(學生反應、師生互動…等)	
學生從原本在學校教室移至校外的蘭花產業，較比在校內學習更有動力及趣性，而因同學們的積極，老師也顯得較更有耐心，並更能藉由場地教材生動的介紹並指導同學。	
(三)課程進行待改進部分	
因我們是進入產業生產照顧過程，並未實際參與到行銷的表面呈現(行銷蘭花出去的模樣)，因此沒有更深刻的行銷課程，只能藉由講師口說及大致的了解。	
(四)質性意見(匿名)訪問(約2-3 人)	
蘭花需要細膩的照顧，偶爾因為天氣的變化可能造成花的不同生態，因此更覺得行銷的重要，藉由網路行銷能讓大眾更了解台灣花種的特別。	
(五)課程照片記錄(約3-5張，每張照片請簡要說明)	



老師正與同學介紹蘭花及照顧過程。



老師正與同學介紹蘭花及照顧過程。



老師正與同學介紹蘭花及照顧過程，並如何行銷。



老師正指導同學，行銷蘭花的裝飾方式等相關。



同學們與老師，手握蘭花教材合影。

上課時間	103年08月30日
課程主題	茶葉商品設計及行銷包裝
地點	嘉義生力茶廠
(一)課程進度(摘要式)	
藉由參訪，深入了解產業的行銷及其需求，進而廣泛運用雲端和文創發展產業之行銷。	
(二)上課觀察(學生反應、師生互動…等)	
同學們校外參訪並體驗台灣製茶環境，以及如何行銷包裝茶葉之過程，高山的空氣加上天氣晴朗，大家都很有活力的吸收新知，老師也和同學們一樣活潑的進一步了解不一樣的領域專業。	
(三)課程進行待改進部分	
因茶廠有一系列的介紹及體驗機制，同學們上課過程都很順利，只是體驗過程很多同學很害羞，鼓勵同學多體驗部分還需探討。	
(四)質性意見(匿名)訪問(約2-3 人)	
茶葉製茶方式及過程在電視上曾看過部分報導，但親身體驗是第一次，所以有種真正了解到過程的真實感！ 茶葉從採收到檢樣到製茶等步驟繁多，皆以人力方式進行，覺得茶葉行銷對台灣這樣良好的環境，需要更有利的國際行銷。	
(五)課程照片記錄(約3-5張，每張照片請簡要說明)	



正在介紹茶葉生長相關環境。



正在介紹茶葉生長相關環境。



同學體驗製茶環境及作法。



讓同學品茶聞茶香，並瞭解如何行銷包裝茶葉。

捌、計畫網站說明

(一) 計畫網址：

<https://www.facebook.com/groups/1489983941238195/>

(為促進師生互動與課後資訊補充，及課程階段性成果展示分享，網頁開放得以校內課程網站、部落格或 facebook 網頁等形式規劃呈現。如使用校內設置之網站，設有登入權限者，應提供帳號密碼，以利考核作業。)

(二) 網站設計說明或特殊內容分享

(請具體說明運用此網站之考量，並擇取師生於站內可公開性質之互動案例分享，若無可不予填寫。)

創此網站主要為提供修課學生提出疑問及公告的便利性，修課學生可利用此平台發表意見、詢問，及彼此傳達上課相關訊息，而計畫案主持人及助理也能效率的收到問題並給予回應，例如：課程問題、成果展著裝投票等。因網路的快速及便利，也提升在公告上的成效性。