

柚香傳情產業創生社群 - 課群開設 - 課群會議

活動時間	110 年 4 月 27 日星期二 12:00~14:00 110 年 6 月 11 日星期五 19:00~21:00
活動地點	會展活動管理系 線上網址 https://meet.google.com/nnk-refi-rur
主持人	蔡顯榮
活動內容	<ul style="list-style-type: none"> ● 活動進行方式與內容 <p>本期計畫(第二期)，除延續第一期協助將過季的柚子製作成柚香清潔，開始思考仰賴花蓮地區的好山好水觀光資源，規畫系列主題遊程，帶動大台北地區具社會影響力的 CSR 企業、公益社團或組織，前往本計畫實踐場域，以親眼看、親手做的方式，體驗花蓮偏鄉產業的地理條件，進而誘發其經濟行為。於是開設如何激勵或獎勵企業之遊程、如何運用媒體廣告進行傳播之平台、如何設計在交通食宿上都具主體性之遊程，乃是本期課群重心。</p> <p>在課群推動過程中，邀集本計畫顧問，以會議方式對核心成員進行指導，以為豐富學生多元學習管道，使其能進行自主、跨領域學習，並透過實作、社會實踐及移地學習等行動學習理念，藉以養成主動思考、社會關懷態度，以及問題解決能。</p> <p>這學期的課群會議原規畫三次，分別是 4 月到 6 月，每月一次，但自從 5 月中受新冠疫情影響，5 月的會議延期與 6 月共同舉行，並以線上會議方式進行，線上網址 https://meet.google.com/nnk-refi-rur，是本計畫開始進行線上會議的首例。</p> ● 重點與助益 <p>會議中討論到偏鄉產業創生工作，不能僅是將偏鄉產業產品創造出來，還必需透過推廣、行銷的方式讓世人知道這個偏鄉產業產品的存在。例如本計畫第一期遠赴花蓮鶴岡部落，協助將過季的柚子製作成柚香清潔，但這些產品如果没有好的行銷管道，其創生工作亦是事倍功半。</p> <p>於是，本課群以 109 學年度第 2 學期之在四展二 1「企業獎勵旅遊」、四展三 A「會展活動廣告與傳播溝通」、四開二 1「主題旅遊」等課程，結合花蓮縣瑞穗鄉鶴岡部落資源，包含善用「鶴岡國小」及「卓溪國小」教學設施、「社區部落」地方耆老、「農業產銷班」產業技術，透過培力課程規劃與訓練，讓學生瞭解阿美族及布農族的地方文化原素，並參與原民節慶活動參與及地方踏</p>

踴躍關懷，觸動自身所學的「企業獎勵旅遊」潛意識，開始構思地方文化與商務活動的關連性，期間還會進行柚農產銷調研及在地遊程規劃，搭配顧問團隊的商業技能傳授，經由社群經營與議題傳銷方式，讓計劃執行起來更能產生綜效。

出席的會議顧問表示，課群除教授一般理論性知識外，應透過「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」計劃，將部份教學實作場域拉到花蓮縣瑞穗鄉鶴岡部落、卓溪鄉卓溪部落實踐場所，能讓學生將企業商務行為與獎勵旅遊規劃串接，由其是「企業獎勵旅遊」課程將發揮會展產業的一比九經濟效益功能，並經由「會展活動廣告與傳播溝通」大力傳播此效益。

● 與會人員意見與回饋

◎第一次會議，4月日

本次會議主要檢視「大學社會責任 USR 彈性課程開程計畫書」的申請，計畫書內容說明如下：

1. 課群名稱：柚香傳情產業創生實踐課群
2. 課程名稱：109 學年度第 2 學期之在四展二 1「企業獎勵旅遊」、四展三 A「會展活動廣告與傳播溝通」、四開二 1「主題旅遊」等課程。以上三個課程的指標項目及評量方式接續說明如下：
3. 「企業獎勵旅遊」課程指標項目及評量方式

指標類別	指標項目	成效評量方式
質化指標	1. 學生具倫理與人文關懷力	受服務單位感謝狀
	2. 學生具企業獎勵旅遊的規劃能力	學習證明、成果展示
量化指標	1. 學生出席率	需滿足課程 1/3 以上在實踐場域上課
	2. 學生學習單填答	需填寫期初、期中、期末三次學習單
	3. 學習滿意度填答	需達 3.75 分以上
	4. 教師課群教案電子檔	一份

4. 「會展活動廣告與傳播溝通」課程指標項目及評量方式

指標類別	指標項目	成效評量方式
質化指標	1. 學生具倫理與人文關懷力	受服務單位感謝狀
	2. 學生具會展活動廣告與傳播溝通能力	媒體露出
量化	1. 學生出席率	需滿足課程 1/3 以上在實踐場域

活動回饋與成效

指標		上課
	2. 學生學習單填答	需填寫期初、期中、期末三次學習單
	3. 學習滿意度填答	需達 3.75 分以上
	4. 教師課群教案電子檔	一份

5. 「主題旅遊」指標項目及評量方式

指標類別	指標項目	成效評量方式
質化指標	1. 學生具倫理與人文關懷力	受服務單位感謝狀
	2. 學生具主題旅遊的實務實作能力	學習證明、遊程規劃報告
量化指標	1. 學生出席率	需滿足課程 1/3 以上在實踐場域上課
	2. 學生學習單填答	需填寫期初、期中、期末三次學習單
	3. 學習滿意度填答	需達 3.75 分以上
	4. 教師課群教案電子檔	一份

6. 出席人員意見整理

威典展覽公司邱志豪副總表示，課群內容提及「企業獎勵旅遊」、「會展活動廣告與傳播溝通」、「主題旅遊」等課程，能符合計畫的期待，尤其課群中理論與實際能並行，同時豐富學生多元學習管道，使其能進行自主、跨領域學習，並透過實作、社會實踐及移地學習等行動學習理念，藉以養成主動思考、社會關懷態度，以及問題解決能，很值得其他相關 USR 計畫仿效，個人樂觀其成，並願意在計畫執行過程中，與學生前往實踐場域-花蓮，真實感受學生的成長過程，及檢視計畫中的偏鄉創生過程。

台灣連鎖加盟協會柯建斌副秘書長表示，課群中構思仰賴花蓮地區的好山好水觀光資源，規畫系列主題遊程，還要帶動大台北地區具社會影響力的 CSR 企業、公益社團或組織，前往本計畫實踐場域，以親眼看、親手做的方式，體驗花蓮偏鄉產業的地理條件，進而誘發其經濟行為，這點很符合會展職人的精神，我個人在公協會服務就是以這個理念在從事我的職業及志業，試想如果這個課群計畫能夠開發出一個好的激勵或獎勵企業之遊程，那是多麼令人期待的一件事，如果還能透過媒體廣告加以傳播，那效益將會更大，如同前威典展覽公司邱志豪副總，我個人也很樂意在計畫執行過程中，與學生前往實踐場域-花蓮，真實感受學生的成長過程，必要的時候我可以導入公協會資源，讓本計畫的效益更強化展現。

捷喜多媒體數位公司周玲如幕僚長表示，課群計畫中提及實踐場域是善用花蓮縣瑞穗鄉鶴岡國小教學空間，該校位於花蓮縣瑞穗鄉鶴岡村，主要聯絡人為游可如校長，與課群中開設的「企業獎勵旅遊」、「主題旅遊」等課程融合，將在地的阿美族地方文化，包含家屋、工藝、歌謠、舞蹈等在地民俗體驗融合到專業的會展課程中，很有創意，如此一來可以激發都市學生認識美麗台灣的偏鄉多元文化，相信能帶動對「企業獎勵旅遊」的文化意涵發想，如果學生學習成效不錯，可以考量大四時到我們公司來實習，我公司最需要具有創意又有執行力的年輕人加入，歡迎蔡老師推薦優秀學生，我公司對執行這次USR計畫的學生予以口面試的加分。

瑪思活動公司彭鼎堯總經理表示，課群計畫中提及實踐場域有一個區塊是在花蓮縣瑞穗鄉鶴岡社區發展協會，該協會的主要聯絡人為余信億、何碧貞、羅金龍、柯茂盛等地方人士，這些人士在種植茶、咖啡、文旦等農特產品都有成效，與去年(第一期)只著重在文旦部份，有很大的升級，看得出來計畫已走的相當深入地方，今年(第二期)要進一步帶動學生在「獎勵旅遊」方面有更多的資源串連，這種以「商務旅客」拉動在台觀光產值理念，難度相當高，如果是自己年輕時絕不敢做這樣的常試，對會展系學生有這樣的課群、這樣的老師、這樣的地方資源，感到相當羨慕，期許學生要珍惜這難的實踐、實作機會，執行期間如果有需要我再來對學生分享的機會，一定義不容辭。

◎第二次會議，6月11日

此次會議受新冠疫情影響，首次改以線上會議方式進行，線上網址是<https://meet.google.com/nnk-refi-rur>。會議進行前先由主持人蔡顯榮老師說明課群精神與進度，包含：

1. 計畫之問題意識與重要性

延續第一期之計畫精神，本計畫持續朝實踐USR「產業鏈結與經濟永續」議題與聯合國永續發展目標努力，其目標8：「促進持久、包容和可持續經濟增長，促進充分的生產性就業和人人獲得體面工作」之8.9「到2030年，制定和執行推廣可持續旅遊的政策，以創造就業機會，促進地方文化和產品」，及目標11：「建設包容、安全、有抵御災害能力和可持續的城市和人類住區」之11.a「通過加強國家和區域發展規劃，支持在城市、近郊和農村地區之間建立積極的經濟、社會和環境聯繫」，仍是本期計畫之重點。

花蓮鶴岡鄉，行政院推動「地方創生國家戰略計畫」政策中之地方創生優

先推動地區(屬於第三類型-原鄉)。其在地農特產品「鶴岡文旦」，知名度雖不如台灣西部的麻豆文旦、斗六文旦，但果肉香甜程度完全不輸西部的文旦，可惜因為位處偏鄉、多數自產自銷、部落行銷能力不足，只有每到中秋節前才喚起國人對「鶴岡」的深沈記憶，但這對部落發展及經濟條件改善有限。另外其鶴岡鄉的阿美族原住民文化，及卓溪鄉的布農族文化，是國家重要文化資產，經常是臺灣向全球各地推廣會展經濟時的重要媒介，如世大運、城市論壇、國際商展…的開幕活動都能看到他們的風采，是會展從業人員必需認知的產業知識。

2. 計畫之執行內涵

(1)課群名稱：柚香傳情產業創生實踐課群

(2)課程名稱：109 學年度第 2 學期之在四展二 1「企業獎勵旅遊」、四展三 A「會展活動廣告與傳播溝通」，及 110 學年度第一學期之四開二 1「主題旅遊」等課程。

(3)課群宗旨

透過營隊活動來帶動「鶴岡國小」及「卓溪國小」師生在產銷能力的創意發想為目標，發揚本校「德霖學子、霖霖社會」的辦學宗旨，並導入「善盡社會責任面向-推動大學社會責任」面向，讓學生在面對社會議題時，可以落實學生「看見／觀察→思惟／反思→行動／實踐→多元敘事呈現」的學習軌跡。

(4)執行場域

已協調「鶴岡國小」游可如校長、「卓溪國小」田楊橋校長，樂意提供教室空間、特色生活空間、寢居飲食空間，並支援地方耆老及業界教師蒞臨授課，並協調「鶴岡社區營造協會」余信億、何碧貞等地方人士，樂意提供鶴岡文旦地方踩踏空間、阿美文化體驗空間、寢居飲食空間，亦能支援地方仕紳、發展協會產銷班成員蒞臨指導。

3. 計畫預期效益

(1)連結會展活動管理系「企業獎勵旅遊」課程，並鼓勵學生跨修進修部及休閒系相關課程。

(2)籌組大二學生為工作團隊，辦理團隊共識會議，研擬營隊活動主題。

(3)工作團隊與鶴岡國小、卓溪國小教師召開工作會議，深入瞭解地方產業創生方向。

(4)執行多天次營隊活動，與部落居民建立互信、互助的基礎，推廣其農特產

品、創造旅遊商機、推展文化經濟。

(5)架設網部粉絲專頁，邀請部落客寫文，增加媒體亮點，帶動網路經濟。

(6)活動後的反思一場次，檢討課程與計劃的落差，於下期計劃修正。

4. 出席人員意見整理

威典展覽公司邱志豪副總表示，這一波疫情來的凶猛，很多產業都受了影響，服務業受影響尤其嚴重，會展業更是服務業的重災區，目前世界各國都在討論會展服務業該如何紓困。面對教學，線上是一個選項，老師要線上授課，學生要線上學習，就連我們現在討論的 USR 也要開始構思如何線上進行，這其中我提出一個會展人不能不知的趨勢，就是我經常講的要好好運用 O2O 及 OMO 的差別，O2O 屬於虛實整合、OMO 屬於虛實融合，而 OMO 的核心在於「人」，利用 CRM 機制判斷做出「適合展覽推薦」，CRM 機制：目標對象(使用者的樣貌)→客戶開發(使用者從哪些管道進來)→行為(使用者在網站裡做些甚麼)→轉換(你想要他做的事)，以威典展覽每年辦的春季旅展為例，在世貿一館→透過電子 VIP 免費入場憑證並推動「推薦人機制」就是最明顯的例子。於是乎這個 USR 計畫面對這波疫情要繼續走下去，網路行銷勢不可擋，關於課群中的「企業獎勵旅遊」、「會展活動廣告與傳播溝通」、「主題旅遊」等課程，要如何結合線上教學，乃至於變成實際的網路平台，值得我們深思，如今看到蔡顯榮老師開始構思運用 FB 粉絲專頁，並結合花蓮四維高中師生，讓計畫得以在受疫情影響最小範圍內繼續執行，相當利害，期待今年的 USR 計畫成果有不同於去年的另闢成效。

英特內軟體股份有限公司邱馨慧經理表示，我自己就是從事電商工作，這一波疫情我成了受益者，因為平常不上網路平台購物的人這陣子都上網了，好比學校，沒有疫情時大家會使用 google meet 嗎？這一波疫情我看到不僅是年輕老師，連年長的老師都開始線上教學，有的陽春一點用 line 視訊，有的進一步用投螢幕對準視訊設備，有的則直接使用 google meet，這表示疫情的確讓大家都上網了，既然上網了，原本 USR 計畫想要繼續執行下去，非上網不可，這就是趨勢。剛才威典邱副總說虛實整合、虛實融合，這很高端，我講的直白一點就是，線上要動、線下也要動，如果認為架個 FB 粉絲專頁，成天掛在網路上，學生就學會、客戶就會來、柚子就能賣出去、偏鄉產業就能創生，那實在是夢想而已啦。我想計畫主持人蔡顯榮老師去年在執行這計畫已經有很好的基礎，今年剛好疫情順勢能花蓮四維高中師生，讓計畫得以在受疫情影響最小範

圍內繼續執行，是過去累積的資源得以發揮，更是今年虛實整合、虛實融合的契機，我看到蔡顯榮老師已開始在「企業獎勵旅遊」、「會展活動廣告與傳播溝通」等課程中，訓練學生架設 FB 粉絲專頁，起步是對了，希望能延續下去，我很期待這成果的展現，我也會隨時關注這 FB 粉絲專頁的發展。

瑪思活動公司彭鼎堯總經理表示，記得上一次會議在四月，當時提及這計畫的實踐場域有一個區塊是在花蓮縣瑞穗鄉鶴岡社區發展協會，該協會的主要聯絡人為余信億、何碧貞、羅金龍、柯茂盛等地方人士，如今台灣北部受疫情影響較大，花東地區雖然還好但還是要小心。話說運用「商務旅客」拉動在台觀光產值理念，在疫情發生前就已經是難度很高，如今疫情如此要能執行就更難了，套用星宇時尚有限公司楊宇喬負責人的話，疫情來臨有人成了受害者，有人成了受益者，如何在平時做好準備，危險來的當下換危機成轉機才是關鍵，職場大師稻盛合夫曾提到，職場人的三種態樣分別是自燃型、可燃型、不燃型；優雅需要底氣，華麗需要實力；你必須要非常努力，才能看起來還不費力；以這幾句名言來勉勵 USR 團隊青年，趁這一波疫情轉換學習，投入網路行銷正是時候，虛實整合、虛實融合不是未來式，而是現在式、現在進行式，趁年輕，把握時機，勇於改變，把執行 USR 工作吃苦當吃補，就是成功的第一步。

台灣連鎖加盟協會柯建斌副秘書長表示，看到課群的計畫書，裡頭有一項針對課程區塊中有54小時，採課堂課方式進行，主要是由任課教師就「企業獎勵旅遊」課程進行理上介紹，包含獎勵旅遊與一般國民旅遊的差異、企業獎勵旅遊的活動設計與開發、場域踩線實務、台灣遊程設計實務，並結合實作課程於期末進行成果發表；同時在「會展活動廣告與傳播溝通」上吸收課程理論，使學生舉一反三，將柚香產品進行公關操作，尤其在平面媒體廣告、電子媒體廣告、自媒體廣告等多種平台間綜合運用。這項能導入計畫精神「善盡社會責任面向-推動大學社會責任」，讓學生在面對社會議題時，可以落實學生「看見／觀察→思惟／反思→行動／實踐→多元敘事呈現」的學習軌跡，我個人覺得很好，但在當下疫情之際或許執行起來沒有原來預期中的好，但有轉就有變，課程是死的，人是活動，剛好運用這一波疫情，磨合計畫中團隊的應變力、整合力、危機處理力，是很難得的機會教育，所謂時勢造英雄，在這一波疫情下仍不斷學習的學生，一定是疫情後的走在前段的年輕人，我會認真考慮疫情後的聘用條件，優先錄取這樣的學生大四來實習。

活動剪影

110年04月27日星期二 12:00~14:00



4位計畫顧問，左起-瑪思活動公司彭鼎堯總經理、威典展覽公司邱志豪副總，及背對-捷喜多媒體數位公司周玲如幕僚長、台灣連鎖加盟協會柯建斌副秘書長，還有幾位團隊學生代表，共同在本校罕見樓伊特餐廳討論課群內容。



計畫主持人蔡顯榮老師，說明整個計畫緣由，期望透過課群開設，擬訂團隊學生應修習的學習路徑。並與各位顧問商討課群執行細節(詳會議記錄)，會議間請會展系李培銘主任針對教學行政，予以補充及協助。

110年06月11日星期五 19:00~21:00



受疫情影響，5月的會議延期與6月共同舉行，並以線上會議方式進行，圖為線上會議的畫面截圖，主要出席人員有4位計畫顧問，其中-英特內軟體股份有限公司邱馨慧經理，是第一次出席本會議，另外有10位團隊師生，詳線上簽到單。



英特內軟體股份有限公司邱馨慧經理，分享企業社會責任，同時針對疫情的危機與轉機，與各位顧問商討課群執行細節(詳會議記錄)，會議間計畫主持人蔡顯榮老師針對網路行銷-FB粉絲專頁的構想進行說明，獲得計畫顧問及業界人士的認同。