

柚香傳情產業創生社群 -微學分會議

活動時間	111 年 5 月 11 日，星期三，16:00~18:30
活動地點	會展活動管理系
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 這次會議分別邀請：香港商亞洲英富曼公司台灣分公司副理劉其傑、采傑整合行銷顧問邱志豪、台灣美亞公司總經理周育賢、新北市等 19 縣市街頭藝人廖經綸、台灣旅遊交流協會顧問王春寶等人蒞臨指導，目的是檢視三四月份的微學分課程執行情形。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，本課程結合 USR「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」計畫，以會展活動管理系學生為基底，進行「柚香傳情產業創生延伸技能 3」的微學分培養，以建立大範圍的會展活動能力。於是活動後有此會議之召集，以檢視微學分課程之開設與實踐。● 重點與助益 本期課程是 USR「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」系列計畫的第三期課程，課程中請在自媒體行銷領域已有成就的業者校以過來人身份，可以貼近年輕人的學習需要，進行系列課程。分別是：欣奕隆整合行銷公司總監楊宗錦，講述「線上社群經營與行銷」6 小時；香港商克麗絲汀迪奧公司模特陳曉君，講述「網路媒體文實作」6 小時；香港商亞洲英富曼公司台灣分公司副理劉其傑，講述「展覽會顧客關係管理」6 小時，同時協助企業參訪 4 小時，以上合計 22 小時。 期待透過此培力課程規劃與訓練，讓學生瞭解充份運用自身所學，開始構思地方文化與商務活動的關連性，並在網路上帶動人氣，激勵學生學習成就，也為「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」計畫建立紮實的網路影響力。幾次課程執行下來，從學生的學習單中可以看出學生在網路社群的學習能力，這對 USR 計畫中位處偏遠地區的農特產品或服務要進行推銷或行銷，有大力的幫助，學生瞭解不能僅是仰賴平面媒體、廣播媒體、電視媒體，還可以透過網路媒體運用，經由官網、部落客、FB 等工具快速傳播，以及近幾年掀起的網路商店、直播主乃至於潮品牌的小眾經營模式，雖說小眾但匯集的人氣亦不可小噓，且顧客的忠誠度之高、回購力之強，令人重視。

活動回饋與成效

● 與會人員意見與回饋

采傑整合行銷顧問邱志豪認為，現代社會訊息傳遞速度快、傳播媒介多樣化，耳熟能詳的數位行銷工具，有 FB、IG、Google、LINE、SEO、YOUTUBE…等等。建議同學們在微學分系列課程後，可以因應時代的潮流，再採取 T 型模式學習數位行銷的能力，也就是說-橫向的了解所有數位行銷工具的異同優缺，並挑選其中 1~2 項進行深入研究並達到專精，以利未來能夠符合智慧會展及科技會展的需求，順利應用數位科技勾勒出下一個世代的新會展產業。我相信經過上述的努力過程，無論是現在所流行的網路行銷及社群經營，甚或是未來更新的行銷技術，同學們都能順利的進行應用，成為企業所需的次世代人才，不但能落實 USR 計畫的精神，也能強化自身的競爭力，達成畢業即就業的目標。

香港商亞洲英富曼公司台灣分公司副理劉其傑認為，自己曾以過來人視角，參加微學分課程授課，講述「展覽會顧客關係管理」6 小時，同時協助企業參訪 4 小時，以實際瞭解年輕人的學習需要，觀察到參與 USR 計畫的學生，會開始運用自身所學，去構思地方文化與商務活動的關連性，並在網路上帶動人氣，使在平日所學生環境中，加以投入偏鄉的課外環境中，以次文化(例如網路社群)的方式學習，挺不錯的。同時經由主持人蔡主任的解說，得知學生參與課程之前已在先前(前一期 USR 微學分課程)建立了基礎知識，包含網路直播主技巧、網路商店經營實務、線上潮牌活動創意構思等，始這一期的微學分課程得以進階學習，以建構紮實的網路影響力及籌辦展覽會的能力，挺好的課程安排。

台灣美亞公司總經理周育賢認為，台灣高等教育普及化以及廣設大學等因素，大學生畢業後的就業能力不容忽視，為避免台灣社會人才供需不均與專業能力不符的學用落差，大學課程中實作課程、產學合作、工作精神等必須重視，期有效解決學用落差的問題。周總經理進一步表示，大學生最應具備之就業能力為「敬業精神與態」、穩定度及抗壓性，同時要有良好的工作態度、學習意願與可塑性及表達與溝通能力，而欠缺的是外語能力、專業知識與技術以及擁有專業證照或能力證明。求學中社團參與度與工讀經驗等在團隊合作與創新能力上老師擔任諮詢顧問的角色，主動提供職涯輔導與學習資源，協助學生找出本身興趣與能力，鼓勵學生投入實習與社團活動，以累積豐富有效於就業力之經驗，這也是 USR 計畫的精神所在。學生可以在大學求學階段，將課外經歷與將來就業能力扮演著關鍵角色，所以應如何協助學生

建立較佳的人際交往能力，進而有較佳的課外經歷，是校方與學生共同努力的方向。協助找出學生本身興趣與特別能力，鼓勵和分析適合個別學生投入的工作與職業類別，以累積豐富有效於就業力之課外經歷。

台灣旅遊交流協會顧問王春寶認為，台灣擁有持續成長的會展市場基礎，因此會展產業成了活躍且競爭的產業，目前越來越多的會展產業正在朝向著規模化、數位化及經營效益化的方向發展，會展產業也面臨了採用數位科技軟硬體抉擇，接受新科技度的巨大壓力，惟在會展人才培育方面，則較少有相關資源之挹注，此乃不利於會展產業的長遠發展，這一點可以在這次微學分課程中看出主持人的用心。由於會展產業的多樣性，在人才需求面向上，需具備網路行銷設計專長、社群經營管理、廣告行銷、數位影音、多媒體、企劃、活動舉辦等專業內涵，因此建議本系責成專案讓學生獨立規畫社群經營及網路行銷等執行，不僅跳脫一般課程框架，更訓練學生相關會展專業技能，同步於人際溝通等軟實力之養成，裨益其畢業後銜接職場，方能有效解決會展產業學用落差現象，也能讓學生能有效的透過「作中學、學中作」建立專業能力，同時經由 USR 偏鄉產業創生計畫的執行培養其大學的社會責任，進而邁入社會就業後成為推動 CSR 企業的社會責任的一份子。

新北市等 19 縣市街頭藝人廖經綸認為，應因未來會展產業趨勢，網路行銷能力是學生現在必需馬上建立的知能，其中包含要會做好調查研究，需學習蒐集資料、去蕪存菁，分析判斷、提出洞見，不懼面對問題，同時無論大小行銷專案，先掌握背景和鋪陳，進行 SWOT 分析，研擬方法、手段、步驟及執行之能力，再進一步的要求自己除 FB 廣告怎麼投放等基本功外，進而完備報表分析和效益優化能力，由報表中看出當下問題和機會點，再研擬、執行改善策略。另加強訓練溝通協調、抗壓性、當責的態度及領導統御等軟性能力。再者社群經營能力也是很重要的、很有未來性的，社群經營需足夠的敏銳度，才能規劃出結合潮流、議題、節慶內容、借勢行銷內容等企劃，學生至少要學習文案撰寫能力、專業美感及美編製作、統整數據及報表分析、社群對話及接話能力之應變與提升，相信學生再加上 USR 偏鄉產業創生計畫的執行，理論與實際兼具，可大幅提升職場競爭力。

- 活動反思檢討

透過本期微學分課程的推動，在學理上的學習及業師實務經驗的指導下，有機會一反僅能仰賴平面媒體、廣播媒體、電視媒體的行銷模式，讓網路媒體行銷工作已經可以經由官網、部落客、FB 等工具快速傳播，這是近幾

年掀起網路商店、直播主乃至於潮品牌的小眾經營模式，雖說小眾但匯集的人氣亦不可小噓，且顧客的忠誠度之高、回購力之強，令人重視。

而且從前一期的經驗得知，偏鄉產業創生工作，不能僅是將偏鄉產業產品、服務創造出來，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、服務的存在。例如 花蓮地區有很多農特產品，觀光旅遊資源亦相當豐富，但是這些好山、好水、好產品如果不能轉換成產品或服務，就不具經濟價值，即便轉換成產品或服務有了經濟價值，如果没有好的行銷管道，其創生工作亦是事倍功半，這也是本期微學分會議的檢視重點所在。

活動剪影



計畫主持人蔡顯榮說明本期微學分課程進行情形，並請業界專家提供想法及意見，過程中全部業界專家皆認為能以實際 USR 計畫讓學生去實踐會展活動企劃與執行，相當的好及相信學生收穫豐富。

現場與會專家皆表示，會展產業受到這一波疫情衝擊，轉型為線上虛擬、網路社群將勢不可擋，學校能切適安排這一方面微學分課程，以應因產業趨勢、職場就業機會的轉變，值得肯定。