

## 柚香傳情產業創生計畫 -教師成長社群-方案的啟動與知能建立

活動時間	111 年 05 月 04 日，星期三 12:00~13:30
活動地點	線上會議 <a href="https://meet.google.com/nnk-refi-rur">https://meet.google.com/nnk-refi-rur</a>
主持人	蔡顯榮
活動內容	<ul style="list-style-type: none"><li>● 活動進行方式與內容 本計畫為豐富教師在教學實作上的多元化，使其能進行自主、跨領域教學，並透過實作、社會實踐及移地學習等行動學習理念，藉以傳達給學生主動思考、社會關懷態度，以及問題解決能力。及執行 111 年度高教深耕計畫-辦理「善盡社會責任面向-推動大學社會責任」之「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」計畫，以會展活動管理系之教案為基底，進行「教師成長社群-方案的啟動與知能建立」的社群研習，以建立符合 USR 計畫的執行能力。 由計畫主持人蔡顯榮講述本期 USR 計畫精神，包含：微學分課程設計，開辦「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，內容有「線上社群經營與行銷」6 小時、「網路媒體文實作」6 小時、「展覽會顧客關係管理」6 小時，以及企業參訪 4 小時，以上合計 22 小時。並結合四展三 1「專題製作(二)」、四展二 1「職場體驗(二)」、四開二 1「休閒政策法規」等課程，開辦第三期 USR「偏鄉創生之柚香傳情產業創生」課群。以上課程目的是要參與團隊的師生，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嘍，且顧客的忠誠度之高、回購力之強，令人重視。並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。</li><li>● 重點與助益 本次會議，除了教師參與，還鼓勵學生參加，在教師與學生互動的過程中，彼此交換網路社群、網路行銷的經驗，達到教學相長的效果。經由</li></ul>

主持人的講解，教師們普遍能體認偏鄉產業創生工作，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。

而經由師生彼此的互動，交換過去僅能仰賴平面媒體、廣播媒體、電視媒體的經驗，而新一代的傳銷寵兒，例如可以經由官網、部落客、FB 等工具快速傳播，近幾年更掀起一陣網路商店、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嘍，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

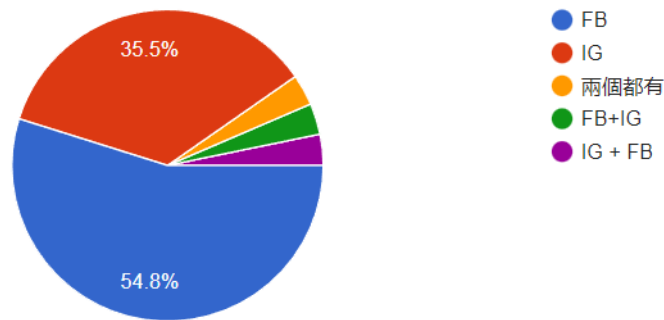
隨著網路時代的興起，各式網路行銷模式與模組不斷推陳出新，使品牌行銷預算開銷不斷增加，回頭探究過去二年我們在執行 USR 偏鄉產業創生計畫，活動過程的網路聲量經營，除了點擊、曝光、觸及等成效展現外，似乎還沒有其他方式可以用更低的成本來取得更高的品牌推廣效益，或提升師生、業者、受服地區人士的好感度。在第二期的 USR 微學分課程中，曾引用優事資訊公司陳文欽總經理之言，可以透過 KOL、社群媒體、網路論壇等方式策略性的曝光，畢竟現今網紅經濟當道，網紅的高投資報酬率 (ROI)，搭配網路論壇、社群媒體同步結合，似乎能夠替品牌快速累積影響力，這一點值得在第三期 USR 計畫中予以實踐。而今日會議邀集教師學生共同參與，就是希望能降低師生的產學落差，以實際 USR 的遠赴偏鄉的個案執行，大大提升教學的豐富度及可及性。

會議上進一步探究與會師生在社群行銷管道，及社群行銷是否能提供知名度等議題進行討論。得出以下回饋意見：

#### 一、請問系上社群行管道

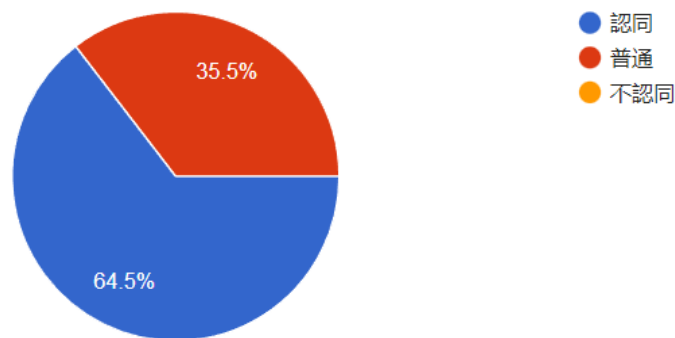
有 54.8% 的社群行銷管道是 FB(Facebook)，有 35.5% 的社群行銷管道是 IG(Instagram)，另有 9.7% 的社群行銷管道是同時具有 FB 及 IG，可見 FB 及 IG 在現代眾人心中的重要性，如下圖所示。但進一步與師生座談後發現，過去一般認為 FB 及 IG 是最紅的 2 大社交 App，但現今已有更新的社群行銷管道崛起，它是 TikTok、甚至於小紅書，事實上根據 Google Play 熱門免費項目排行榜，在「所有類別」中，小紅書排名第 1，TikTok 排行

第 11，而在「社交」類別中也由小紅書奪冠，Twitter 排第 5、IG 排第 6、FB 排行第 9，顯見社群行銷工具日新月異。教師們該如何掌握新世代青年的步調，發展新世樣樣的教學方法，以上數據及學生意見可供做教師們教學上參考。



## 二、請問系上師生是否認同社群行銷有利系知名度的提升

超過半數有 65.5% 認為社群行銷絕對有助於知名度的提升，另有 35.5% 認為社群行銷對知名度的提升效果普通，沒有師生認為社群行銷不會對知名度的提升有幫助，如下圖所示。在與師生的交流過程中，多數師生認為社群行銷是當下最強而有力的行銷方式，有數據顯示社群行銷已掌握了全球 25 億人口的關注，也就是說全球有近三分之一的人相信社群行銷會帶來知名度的提升。



計畫主持人蔡顯榮總結時引用采傑整合行銷顧問邱志豪在微學分會議的分享，表示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。教師們可以因應時代的潮流，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。

## 長輩文章



有鑑於大眾對於食安問題日益重視，新北市政府環境保護局與宏國德霖科技大學園藝系攜手辦理「環境友善都市農耕教育推廣計畫」，以田園城市的概念，推廣環境友善栽種方式，如以「共榮栽培」減少不必要的農藥、肥料使用，教導學員有機蟲害的防治技術及有機肥料的應用，加強食安相關知識及對無毒蔬果的了解，以環保回收再利用的方式，教導學員務實、易執行的栽種技巧，提升學員後續落實居家種菜的行動力。課程中推動「環保青」政策，本次活動由園藝系學會負責行銷與推廣，於農場導覽解說時，安排大一學生上場分享課本上的知識與實際共榮栽培經驗，讓在學學生能與外界多有交流機會。

本次活動包含食農教育課程與動手DIY種菜活動，融入園藝療癒元素，使學員在學習過程中，達到紓壓放鬆的效果。為了環境也為了你我的身體健康，就讓食農教育開始我們的綠生活吧。

## 小編文章



宏國德霖科技大學

1分鐘 · 🌱

日前園藝系辦理食農教育課程與動手DIY種菜 🌱



大獲地方好評 🌻 🌻

看看照片，融入園藝療癒，好紓壓啊 😊

為了環境，也為了你我的身體健康，讓我們開始投入綠生活吧 🌱 🌱 🌱

不用農藥、不用肥料。有機蟲害的防治技術及有機肥料的應用 🌻 🌻



師生互動過程中，即時以園藝系的網路貼文為例示範，左圖是教師的文稿-文字量多且專業，右圖是學生的文稿-文字量少並以圖片取勝。會議中大家交流認為可以拮取教師的文字功力，應用於學生的 KUSO 想像力，增加偏鄉產業創生計畫的有趣性，可以吸引更多師生或業界人士參與。

吳俊偉下午12:22

右邊 小編圖 好

朱蕙娟下午12:22

右

何國維下午12:22

小輩圖好

陳冠任下午12:22

右

鄧智晟下午12:22

小編

吳俊偉下午12:22

長輩圖必須燒毀

劉菁菁下午12:22

u.4

家軒下午12:22

小編

葉文芝下午12:22

小編的好

OWO MIN下午12:22

右

劉菁菁下午12:23

右

洪文洋下午12:23

右

Erwin Hsieh下午12:23

右

劉任祐下午12:23

小編

王佳慧下午12:23

右

陳靖為下午12:23

右

陳如意下午12:23

右

徐歆怡下午12:23

右邊

周慶餘下午12:23

右邊

熊禹丞下午12:23

右右右右右右

Joanne Lu下午12:23

右

高琦玲下午12:23

小編好

林翊潔下午12:23

小編好右右右

徐歆怡下午12:25

可以

葉文芝下午12:25

不能

何國維下午12:25

不行

吳俊偉下午12:25

不行

洪文洋下午12:25

有困難

徐歆怡下午12:25



劉菁菁下午12:25

需要一點時間

林翊潔下午12:26

可以喔！因為我在做的時候學生一直在旁邊碎念我

劉菁菁下午12:26

半天吧

吳俊偉下午12:29

快來鞭我

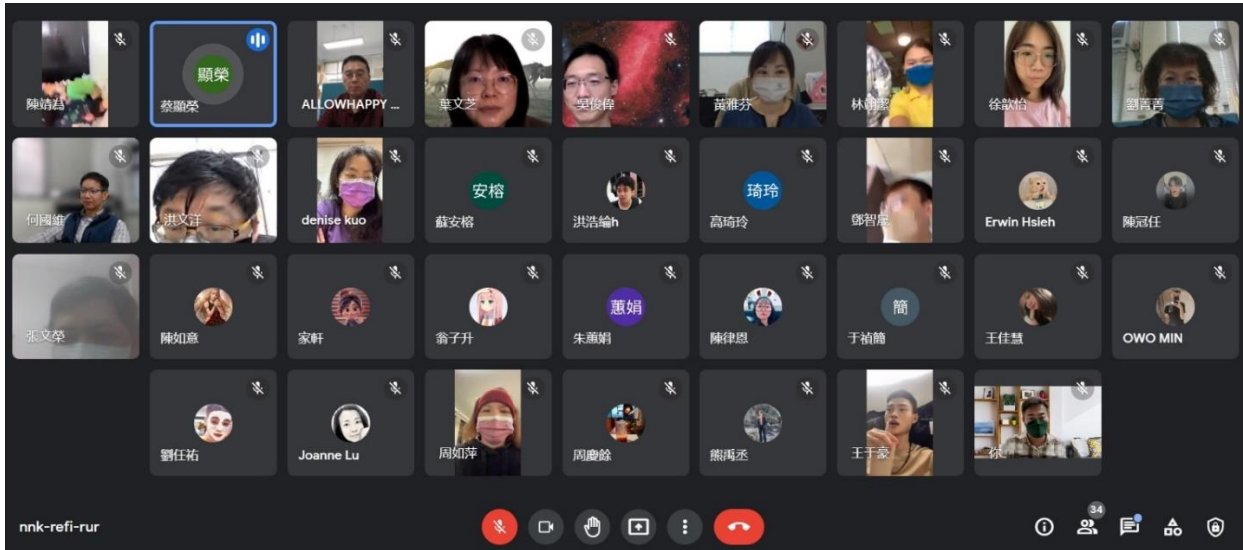
周慶餘下午12:29

哈哈

吳俊偉下午12:29

慘了 我是長輩

以上對話為會議上的師生互動，師生就所屬官網、部落客、FB 等工具，尤其是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，進行討論。並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。



本次會議，除了教師參與，還鼓勵學生參加，在教師與學生互動的過程中，彼此交換網路社群、網路行銷的經驗，達到教學相長的效果。