

# 文藻外語大學

## 活動執行成效表

活動名稱：3-3公關室數位行銷團隊培訓

活動負責單位：主辦單位 公關室

合辦/協辦單位 \_\_\_\_\_

經費來源：114教-高教深耕計畫(經常門)

活動目標：A與B各至少勾選一項

A主要目標：

提升專業核心能力

提升教師實務能力

提升教師研究能力

強化學生輔導

提升基本核心能力

精進教學品質管控

提升行政效率與效能

建構核心價值/特色

提升教學/學生學習成效

提升教學研究設施環境

推動社會服務

B主要目標：

提升專業知能

營造友善/特色校園

提升環境適應能力

宣導時事教育政策

促進國際化

培養人文素養

提升一般知能(軟能力)

強化品德與公民教育

推動服務學習

促進身心靈健康/成長

提升體育教育

培養三創能力

提昇工作品質與績效

推動勞作教育

促進環境保護與安全

輔導學生職涯/就業

活動類別：生活教育

活動方式：專題演講(講座)

活動地點：校內文藻校園 校外 \_\_\_\_\_

活動時間：114年01月01日08時00分至  
114年12月13日17時00分

實際參加對象及人數：校內教師 73 人(男 37 人女 36 人) 校外教師 81 人男 40 人(女 4 人)

校內職員 115 人(男 51 人女 64 人) 校外職員 0 人男 0 人(女 0 人)

校內學生 122 人(男 47 人女 75 人) 校外學生 6 人男 1 人(女 5 人)

社會人士 151 人(男 65 人女 86 人)

共計 548 人 (原預計參加人數 15 人)

活動性質：教學/課程 證照/競賽 學生生涯 交流/參訪 教師成長 其他

1 名講者 3 名工作人員

活動主持人：

林裕展

(簡略文字敘述)：

活動內容：(一)114年預計舉辦3次培訓課程，共10小時，內容包含數位影像拍攝與攝影技巧、短影音製作與敘事策略、AI工具導入與應用等課程。團隊成員的數位內容製作能力，使其能夠獨立產出高品質影像與短影音。強化品牌在社群媒體上的曝光度與互動率，增進受眾參與度。

(二)除課程外，安排行銷團隊團員會議，布達團務及近期重要活動資訊，以及拍攝活動前後之行前會及檢討會，同時並舉辦團聚活動，增加團員情感，培養團員間的默契。聘請兩位工讀生協助培訓課程、活動拍攝影像後製、活動報導、社群媒體管理等。

預期成效

實際成效

成效檢討

<p>(1)質化成效: 因應數位社群媒體時代到來，社群媒體經營是快速且有效的行銷管道，容易與目標族群達到互動之功效，因此本計畫旨在培育學生數位行銷之能力，有助於提升學生未來就業力。</p> <p>(2)量化成效: 1. 公關室數位行銷團隊預計於114年度參與50場校內外活動攝影、影片製作及社群媒體宣傳，將依照活動的性質進行規劃，展示學校在活動與活動成果上的亮點。</p> <p>2. 數位行銷團隊檢核成效：課程滿意度達85%以上，文藻官方社群媒體觸及人次達8萬人次以上，擴大媒體聲量與社群互動。</p>	<p>公關室數位行銷團隊於114年1月至3月間召開2次團會、12次分工會議(含實體及線上)，說明支援拍攝活動內容及任務分工。114年1月至3月共支援24名學生參與13場次校內外活動拍攝紀錄，支援拍攝作品詳如附件說明。</p> <p>公關室數位行銷團隊拍攝作品以及宣傳之新聞稿由工讀生協助發布共計35篇次貼文，文藻社群媒體相關報導及貼文觸及人數達116,278人次以上，展示學校活動成果亮點。詳如附件說明。</p>	<p>符合預期 符合預期</p>
--	--	----------------------

# 文藻外語大學

## 活動執行成效表

活動名稱：3-3公關室數位行銷團隊培訓

活動負責單位：主辦單位 公關室

合辦/協辦單位 \_\_\_\_\_

經費來源：114教-高教深耕計畫(經常門)

活動目標：A與B各至少勾選一項

A主要目標：

提升專業核心能力

提升基本核心能力

提升教學/學生學習成效

提升教師實務能力

精進教學品質管控

提升教學研究設施環境

提升教師研究能力

提升行政效率與效能

推動社會服務

強化學生輔導

建構核心價值/特色

B主要目標：

提升專業知能

提升一般知能(軟能力)

培養三創能力

營造友善/特色校園

強化品德與公民教育

提昇工作品質與績效

提升環境適應能力

推動服務學習

推動勞作教育

宣導時事教育政策

促進身心靈健康/成長

促進環境保護與安全

促進國際化

提升體育教育

輔導學生職涯/就業

培養人文素養

活動類別：生活教育

活動方式：專題演講(講座)

活動地點：校內文藻校園 校外 \_\_\_\_\_

活動時間：114年01月01日08時00分至  
114年12月13日17時00分

實際參加對象及人數：校內教師 47 人(男 18 人女 29 人) 校外教師 2 人男 1 人(女 1 人)

校內職員 24 人(男 9 人女 15 人) 校外職員 0 人男 0 人(女 0 人)

校內學生 282 人(男 139 人女 143 人) 校外學生 85 人男 35 人(女 50 人)

社會人士 449 人(男 216 人女 233 人)

共計 889 人 (原預計參加人數 15 人)

活動性質：教學/課程 證照/競賽 學生生涯 交流/參訪 教師成長 其他

1 名講者 3 名工作人員

活動主持人：

林裕展主任

(簡略文字敘述)：

活動內容：(一)114年預計舉辦3次培訓課程，共10小時，內容包含數位影像拍攝與攝影技巧、短影音製作與敘事策略、AI工具導入與應用等課程。團隊成員的數位內容製作能力，使其能夠獨立產出高品質影像與短影音。強化品牌在社群媒體上的曝光度與互動率，增進受眾參與度。

(二)除課程外，安排行銷團隊團員會議，布達團務及近期重要活動資訊，以及拍攝活動前後之行前會及檢討會，同時並舉辦團聚活動，增加團員情感，培養團員間的默契。聘請兩位工讀生協助培訓課程、活動拍攝影像後製、活動報導、社群媒體管理等。

預期成效

實際成效

成效檢討

<p>(1)質化成效: 因應數位社群媒體時代到來，社群媒體經營是快速且有效的行銷管道，容易與目標族群達到互動之功效，因此本計畫旨在培育學生數位行銷之能力，有助於提升學生未來就業力。</p> <p>(2)量化成效: 1. 公關室數位行銷團隊預計於114年度參與50場校內外活動攝影、影片製作及社群媒體宣傳，將依照活動的性質進行規劃，展示學校在活動與活動成果上的亮點。</p> <p>2. 數位行銷團隊檢核成效：課程滿意度達85%以上，文藻官方社群媒體觸及人次達8萬人次以上，擴大媒體聲量與社群互動。</p>	<p>公關室數位團隊於5月召開8次分工會議(含實體及線上)，說明支援拍攝活動內容及任務分工。5月共支援22名學生參與11場次校內外活動拍攝紀錄，支援拍攝作品詳如附件說明。工讀生協助學校官方社群媒體貼文、影片製作及文書處理等。公關室數位行銷團隊拍攝作品由工讀生協助轉發21篇次貼文，文藻社群媒體相關報導及貼文觸及人數達380,426人次以上，展示學校活動成果亮點。詳如附件說明。</p>	<p>質化成效符合預期 量化成效符合預期</p>
--	--	------------------------------

# 文藻外語大學

## 活動執行成效表

活動名稱：3-3公關室數位行銷團隊培訓

活動負責單位：主辦單位 公關室

合辦/協辦單位 \_\_\_\_\_

經費來源：114教-高教深耕計畫(經常門)

活動目標：A與B各至少勾選一項

A主要目標：

提升專業核心能力

提升基本核心能力

提升教學/學生學習成效

提升教師實務能力

精進教學品質管控

提升教學研究設施環境

提升教師研究能力

提升行政效率與效能

推動社會服務

強化學生輔導

建構核心價值/特色

B主要目標：

提升專業知能

提升一般知能(軟能力)

培養三創能力

營造友善/特色校園

強化品德與公民教育

提昇工作品質與績效

提升環境適應能力

推動服務學習

推動勞作教育

宣導時事教育政策

促進身心靈健康/成長

促進環境保護與安全

促進國際化

提升體育教育

輔導學生職涯/就業

培養人文素養

活動類別：生活教育

活動方式：專題演講(講座)

活動地點：校內文藻校園 校外 \_\_\_\_\_

活動時間：114年01月01日08時00分至  
114年12月13日17時00分

實際參加對象及人數：校內教師 79人(男 28人女 51人) 校外教師 74人男 37人(女 3人)

校內職員 11人(男 1人女 10人) 校外職員 0人男 0人(女 0人)

校內學生 8人(男 4人女 4人) 校外學生 0人男 0人(女 0人)

社會人士 395人(男 34人女 361人)

共計 567人 (原預計參加人數 15人)

活動性質：教學/課程 證照/競賽 學生生涯 交流/參訪 教師成長 其他

1名講者 3名工作人員

活動主持人：

林裕展

(簡略文字敘述)：

活動內容：(一)114年預計舉辦3次培訓課程，共10小時，內容包含數位影像拍攝與攝影技巧、短影音製作與敘事策略、AI工具導入與應用等課程。團隊成員的數位內容製作能力，使其能夠獨立產出高品質影像與短影音。強化品牌在社群媒體上的曝光度與互動率，增進受眾參與度。

(二)除課程外，安排行銷團隊團員會議，布達團務及近期重要活動資訊，以及拍攝活動前後之行前會及檢討會，同時並舉辦團聚活動，增加團員情感，培養團員間的默契。聘請兩位工讀生協助培訓課程、活動拍攝影像後製、活動報導、社群媒體管理等。

預期成效

實際成效

成效檢討

<p>(1)質化成效: 因應數位社群媒體時代到來，社群媒體經營是快速且有效的行銷管道，容易與目標族群達到互動之功效，因此本計畫旨在培育學生數位行銷之能力，有助於提升學生未來就業力。</p> <p>(2)量化成效: 1. 公關室數位行銷團隊預計於114年度參與50場校內外活動攝影、影片製作及社群媒體宣傳，將依照活動的性質進行規劃，展示學校在活動與活動成果上的亮點。</p> <p>2. 數位行銷團隊檢核成效：課程滿意度達85%以上，文藻官方社群媒體觸及人次達8萬人次以上，擴大媒體聲量與社群互動。</p>	<p>公關室數位團隊於6月召開8次分工會議(含實體及線上)，說明支援拍攝活動內容及任務分工。6月共支援學生35人次、參與13場次校內外活動拍攝紀錄、製作影片1支，支援拍攝作品詳如附件說明。工讀生協助學校官方社群媒體貼文、影片製作及文書處理等。</p> <p>公關室數位行銷團隊拍攝作品由工讀生協助轉發23篇次貼文，6月份文藻社群媒體相關報導及貼文觸及人數達105,970人次以上，展示學校活動成果亮點。詳如附件說明。</p>	<p>質化成效符合預期 量化成效符合預期</p>
--	--	------------------------------

# 文藻外語大學

## 活動執行成效表

活動名稱：3-3公關室數位行銷團隊培訓

活動負責單位：主辦單位 公關室

合辦/協辦單位 \_\_\_\_\_

經費來源：114教-高教深耕計畫(經常門)

活動目標：A與B各至少勾選一項

A主要目標：

提升專業核心能力

提升教師實務能力

提升教師研究能力

強化學生輔導

提升基本核心能力

精進教學品質管控

提升行政效率與效能

建構核心價值/特色

提升教學/學生學習成效

提升教學研究設施環境

推動社會服務

B主要目標：

提升專業知能

營造友善/特色校園

提升環境適應能力

宣導時事教育政策

促進國際化

培養人文素養

提升一般知能(軟能力)

強化品德與公民教育

推動服務學習

促進身心靈健康/成長

提升體育教育

培養三創能力

提昇工作品質與績效

推動勞作教育

促進環境保護與安全

輔導學生職涯/就業

活動類別：生活教育

活動方式：專題演講(講座)

活動地點：校內文藻校園 校外 \_\_\_\_\_

活動時間：114年01月01日08時00分至  
114年12月13日17時00分

實際參加對象及人數：校內教師 79人(男 28人女 51人) 校外教師 0人男 0人(女 0人)

校內職員 11人(男 1人女 10人) 校外職員 0人男 0人(女 0人)

校內學生 8人(男 4人女 4人) 校外學生 0人男 0人(女 0人)

社會人士 2395人(男 1034人女 1361人)

共計 2493人 (原預計參加人數 15人)

活動性質：教學/課程 證照/競賽 學生生涯 交流/參訪 教師成長 其他

1名講者 3名工作人員

活動主持人：

林裕展主任

(簡略文字敘述)：

活動內容：(一)114年預計舉辦3次培訓課程，共10小時，內容包含數位影像拍攝與攝影技巧、短影音製作與敘事策略、AI工具導入與應用等課程。團隊成員的數位內容製作能力，使其能夠獨立產出高品質影像與短影音。強化品牌在社群媒體上的曝光度與互動率，增進受眾參與度。

(二)除課程外，安排行銷團隊團員會議，布達團務及近期重要活動資訊，以及拍攝活動前後之行前會及檢討會，同時並舉辦團聚活動，增加團員情感，培養團員間的默契。聘請兩位工讀生協助培訓課程、活動拍攝影像後製、活動報導、社群媒體管理等。

預期成效

實際成效

成效檢討

<p>(1)質化成效: 因應數位社群媒體時代到來，社群媒體經營是快速且有效的行銷管道，容易與目標族群達到互動之功效，因此本計畫旨在培育學生數位行銷之能力，有助於提升學生未來就業力。</p> <p>(2)量化成效: 1. 公關室數位行銷團隊預計於114年度參與50場校內外活動攝影、影片製作及社群媒體宣傳，將依照活動的性質進行規劃，展示學校在活動與活動成果上的亮點。</p> <p>2. 數位行銷團隊檢核成效：課程滿意度達85%以上，文藻官方社群媒體觸及人次達8萬人次以上，擴大媒體聲量與社群互動。</p>	<p>一、公關室數位行銷團隊於114年6至7月間召開1次團會、11次分工會議(含實體及線上)，說明支援拍攝活動內容及任務分工。114年6至7月共支援54名(人次)學生，參與20場次校內外活動拍攝紀錄，支援拍攝作品詳如附件說明。</p> <p>公關室數位行銷團隊拍攝作品由工讀生協助轉發54篇次貼文，6月至7月份文藻社群媒體相關報導及貼文觸及人數達260,780人次以上，展示學校活動成果亮點。詳如附件說明。</p>	<p>質化成效符合預期 量化成效符合預期</p>
--	---	------------------------------

# 文藻外語大學

## 活動執行成效表

活動名稱：3-3公關室數位行銷團隊培訓

活動負責單位：主辦單位 公關室

合辦/協辦單位 \_\_\_\_\_

經費來源：114教-高教深耕計畫(經常門)

活動目標：A與B各至少勾選一項

A主要目標：

提升專業核心能力

提升基本核心能力

提升教學/學生學習成效

提升教師實務能力

精進教學品質管控

提升教學研究設施環境

提升教師研究能力

提升行政效率與效能

推動社會服務

強化學生輔導

建構核心價值/特色

B主要目標：

提升專業知能

提升一般知能(軟能力)

培養三創能力

營造友善/特色校園

強化品德與公民教育

提昇工作品質與績效

提升環境適應能力

推動服務學習

推動勞作教育

宣導時事教育政策

促進身心靈健康/成長

促進環境保護與安全

促進國際化

提升體育教育

輔導學生職涯/就業

培養人文素養

活動類別：生活教育

活動方式：專題演講(講座)

活動地點：校內文藻校園 校外 \_\_\_\_\_

活動時間：114年01月01日08時00分至  
114年12月13日17時00分

實際參加對象及人數：校內教師 270 人(男 150 人女 120 人) 校外教師 0 人男 0 人(女 0 人)

校內職員 12 人(男 0 人女 12 人) 校外職員 0 人男 0 人(女 0 人)

校內學生 1020 人(男 460 人女 560 人) 校外學生 0 人男 0 人(女 0 人)

社會人士 130 人(男 65 人女 65 人)

共計 1432 人 (原預計參加人數 15 人)

活動性質：教學/課程 證照/競賽 學生生涯 交流/參訪 教師成長 其他

1 名講者 3 名工作人員

活動主持人：

林裕展主任

(簡略文字敘述)：

活動內容：(一)114年預計舉辦3次培訓課程，共10小時，內容包含數位影像拍攝與攝影技巧、短影音製作與敘事策略、AI工具導入與應用等課程。團隊成員的數位內容製作能力，使其能夠獨立產出高品質影像與短影音。強化品牌在社群媒體上的曝光度與互動率，增進受眾參與度。

(二)除課程外，安排行銷團隊團員會議，布達團務及近期重要活動資訊，以及拍攝活動前後之行前會及檢討會，同時並舉辦團聚活動，增加團員情感，培養團員間的默契。聘請兩位工讀生協助培訓課程、活動拍攝影像後製、活動報導、社群媒體管理等。

預期成效

實際成效

成效檢討

<p>(1)質化成效: 因應數位社群媒體時代到來，社群媒體經營是快速且有效的行銷管道，容易與目標族群達到互動之功效，因此本計畫旨在培育學生數位行銷之能力，有助於提升學生未來就業力。</p> <p>(2)量化成效: 1. 公關室數位行銷團隊預計於114年度參與50場校內外活動攝影、影片製作及社群媒體宣傳，將依照活動的性質進行規劃，展示學校在活動與活動成果上的亮點。</p> <p>2. 數位行銷團隊檢核成效：課程滿意度達85%以上，文藻官方社群媒體觸及人次達8萬人次以上，擴大媒體聲量與社群互動。</p>	<p>公關室數位團隊於8-9月召開8次分工會議(含實體及線上)，說明支援拍攝活動內容及任務分工。8-9月共支援學生18人次、參與8場次校內外活動拍攝紀錄、製作影片2支，支援拍攝作品詳如附件說明。工讀生協助學校官方社群媒體貼文、影片製作及文書處理等。</p> <p>公關室數位行銷團隊拍攝作品由工讀生協助轉發38篇次貼文，8-9月份文藻社群媒體相關報導及貼文觸及人數達121,968人次以上，展示學校活動成果亮點。詳如附件說明。</p>	<p>質化成效符合預期 量化成效符合預期</p>
--	---	------------------------------

# 文藻外語大學

## 活動執行成效表

活動名稱：3-3公關室數位行銷團隊培訓

活動負責單位：主辦單位 公關室

合辦/協辦單位 \_\_\_\_\_

經費來源：114教-高教深耕計畫(經常門)

活動目標：A與B各至少勾選一項

A主要目標：

提升專業核心能力

提升基本核心能力

提升教學/學生學習成效

提升教師實務能力

精進教學品質管控

提升教學研究設施環境

提升教師研究能力

提升行政效率與效能

推動社會服務

強化學生輔導

建構核心價值/特色

B主要目標：

提升專業知能

提升一般知能(軟能力)

培養三創能力

營造友善/特色校園

強化品德與公民教育

提昇工作品質與績效

提升環境適應能力

推動服務學習

推動勞作教育

宣導時事教育政策

促進身心靈健康/成長

促進環境保護與安全

促進國際化

提升體育教育

輔導學生職涯/就業

培養人文素養

活動類別：生活教育

活動方式：專題演講(講座)

活動地點：校內文藻校園 校外 \_\_\_\_\_

活動時間：114年10月01日08時00分至  
114年10月31日17時00分

實際參加對象及人數：校內教師 93 人(男 47 人女 46 人) 校外教師 5 人男 1 人(女 4 人)

校內職員 41 人(男 15 人女 26 人) 校外職員 0 人男 0 人(女 0 人)

校內學生 48 人(男 26 人女 22 人) 校外學生 90 人男 45 人(女 45 人)

社會人士 558 人(男 258 人女 300 人)

共計 835 人 (原預計參加人數 15 人)

活動性質：教學/課程 證照/競賽 學生生涯 交流/參訪 教師成長 其他

1 名講者 3 名工作人員

活動主持人：

林裕展主任

(簡略文字敘述)：

活動內容：(一)114年預計舉辦3次培訓課程，共10小時，內容包含數位影像拍攝與攝影技巧、短影音製作與敘事策略、AI工具導入與應用等課程。團隊成員的數位內容製作能力，使其能夠獨立產出高品質影像與短影音。強化品牌在社群媒體上的曝光度與互動率，增進受眾參與度。(二)除課程外，安排行銷團隊團員會議，布達團務及近期重要活動資訊，以及拍攝活動前後之行前會及檢討會，同時並舉辦團聚活動，增加團員情感，培養團員間的默契。聘請兩位工讀生協助培訓課程、活動拍攝影像後製、活動報導、社群媒體管理等。

預期成效

實際成效

成效檢討

<p>(1)質化成效: 因應數位社群媒體時代到來，社群媒體經營是快速且有效的行銷管道，容易與目標族群達到互動之功效，因此本計畫旨在培育學生數位行銷之能力，有助於提升學生未來就業力。</p> <p>(2)量化成效: 1. 公關室數位行銷團隊預計於114年度參與50場校內外活動攝影、影片製作及社群媒體宣傳，將依照活動的性質進行規劃，展示學校在活動與活動成果上的亮點。</p> <p>2. 數位行銷團隊檢核成效：課程滿意度達85%以上，文藻官方社群媒體觸及人次達8萬人次以上，擴大媒體聲量與社群互動。</p>	<p>公關室數位團隊於10月召開6次分工會議(含實體及線上)，說明支援拍攝活動內容及任務分工。10月共支援學生20人次、參與6場次校外活動拍攝紀錄、製作影片2支，支援拍攝作品詳如附件說明。工讀生協助學校官方社群媒體貼文、影片製作及文書處理等。</p> <p>公關室數位行銷團隊拍攝作品由工讀生協助轉發26篇次貼文，10月份文藻社群媒體相關報導及貼文觸及人數達78,673人次以上，展示學校活動成果亮點。詳如附件說明。</p>	<p>符合質化成效 符合量化成效</p>
--	--	--------------------------

# 文藻外語大學

## 活動執行成效表

活動名稱：3-3公關室數位行銷團隊培訓

活動負責單位：主辦單位 公關室

合辦/協辦單位 \_\_\_\_\_

經費來源：114教-高教深耕計畫(經常門)

活動目標：A與B各至少勾選一項

A主要目標：

提升專業核心能力

提升基本核心能力

提升教學/學生學習成效

提升教師實務能力

精進教學品質管控

提升教學研究設施環境

提升教師研究能力

提升行政效率與效能

推動社會服務

強化學生輔導

建構核心價值/特色

B主要目標：

提升專業知能

提升一般知能(軟能力)

培養三創能力

營造友善/特色校園

強化品德與公民教育

提昇工作品質與績效

提升環境適應能力

推動服務學習

推動勞作教育

宣導時事教育政策

促進身心靈健康/成長

促進環境保護與安全

促進國際化

提升體育教育

輔導學生職涯/就業

培養人文素養

活動類別：生活教育

活動方式：專題演講(講座)

活動地點：校內文藻校園 校外 \_\_\_\_\_

活動時間：114年01月01日08時00分至  
114年12月13日17時00分

實際參加對象及人數：校內教師 80人(男 40人女 40人) 校外教師 80人男 40人(女 40人)

校內職員 20人(男 10人女 10人) 校外職員 0人男 0人(女 0人)

校內學生 2000人(男 500人女 1500人) 校外學生 350人男 50人(女 300人)

社會人士 400人(男 100人女 300人)

共計 2930人 (原預計參加人數 15人)

活動性質：教學/課程 證照/競賽 學生生涯 交流/參訪 教師成長 其他

1名講者 3名工作人員

活動主持人：

林裕展主持人

(簡略文字敘述)：

活動內容：(一)114年預計舉辦3次培訓課程，共10小時，內容包含數位影像拍攝與攝影技巧、短影音製作與敘事策略、AI工具導入與應用等課程。團隊成員的數位內容製作能力，使其能夠獨立產出高品質影像與短影音。強化品牌在社群媒體上的曝光度與互動率，增進受眾參與度。

(二)除課程外，安排行銷團隊團員會議，布達團務及近期重要活動資訊，以及拍攝活動前後之行前會及檢討會，同時並舉辦團聚活動，增加團員情感，培養團員間的默契。聘請兩位工讀生協助培訓課程、活動拍攝影像後製、活動報導、社群媒體管理等。

預期成效

實際成效

成效檢討

<p>(1)質化成效: 因應數位社群媒體時代到來，社群媒體經營是快速且有效的行銷管道，容易與目標族群達到互動之功效，因此本計畫旨在培育學生數位行銷之能力，有助於提升學生未來就業力。</p> <p>(2)量化成效: 1. 公關室數位行銷團隊預計於114年度參與50場校內外活動攝影、影片製作及社群媒體宣傳，將依照活動的性質進行規劃，展示學校在活動與活動成果上的亮點。</p> <p>2. 數位行銷團隊檢核成效：課程滿意度達85%以上，文藻官方社群媒體觸及人次達8萬人次以上，擴大媒體聲量與社群互動。</p>	<p>公關室數位團隊於11-12月召開8次分工會議(含實體及線上)，說明支援拍攝活動內容及任務分工。11-12月共支援學生35人次、參與7場次校內外活動拍攝紀錄、製作影片3支，支援拍攝作品詳如附件說明。工讀生協助學校官方社群媒體貼文、影片製作及文書處理等。公關室數位行銷團隊拍攝作品由工讀生協助轉發40篇次貼文，11-12月份文藻社群媒體相關報導及貼文觸及人數達106,216人次以上，展示學校活動成果亮點。詳如附件說明</p> <p>公關室數位行銷團隊拍攝作品由工讀生協助轉發40篇次貼文，11-12月份文藻社群媒體相關報導及貼文觸及人數達106,216人次以上，展示學校活動成果亮點。詳如附件說明</p>	<p>符合預期質化成效 符合預期量化成效</p>
--	--	------------------------------