

112 年 10 月 18 日 15 時 00 分 至

112 年 10 月 23 日 12 時 00 分 至
112 年 10 月 23 日 17 時 00 分

實際參加對象及人數：
校內教師 1 人 (男：1 人 女：0 人) 校外教師 0 人 (男：0 人 女：0 人)
校內職員 3 人 (男：0 人 女：3 人) 校外職員 0 人 (男：0 人 女：0 人)
校內學生 32 人 (男：7 人 女：25 人) 校外學生 0 人 (男：0 人 女：0 人)
社會人士 0 人 (男：0 人 女：0 人)
共計 36 人 (原預計參加人數 40 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

活動內容：0 名講者 0 名工作人員；

活動主持人：

(簡略文字敘述)：

一、親善大使團

(一)每學期安排3次訓練團課以及1次進階團課，每次3小時，內容包含美姿美儀、妝髮教學、形象管理、接待技巧、國際禮儀、外語導覽、口語表達、職涯分享等課程。

(二)除課程外，也會安排親善大使團團員會議，布達團務及近期重要活動資訊，以及接待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。

(三)為統一團員之服裝儀容，本室提供親善大使團團員制服借用，由本室管理，另提供接待用之跟鞋及皮鞋，每人一雙，由團員自行保管。

二、數位行銷尖兵

(一)邀請熟悉社群媒體經營、影片剪輯與製作之業界人士及校友返校授課，每學期規劃三堂課。

(二)邀請專業之業界人士及校友指導數位行銷尖兵團隊，實際帶領他們於本校重要活動執行攝影、錄影、後製及社群媒體貼文等任務，提升團隊實務技能。

親善大使10月團課及接待活動：

112年10月11日(三)舉辦「校友回娘家行前說明會及場勘」

112年10月19日(四)舉辦「校友回娘家場佈及彩排」

112年10月20日(五)舉辦「校友回娘家總彩排」

112年10月20日(五)協助「中山工商校園參訪」

112年10月21日(六)舉辦「校友回娘家活動」

112年10月23日(一)協助「IWA國際水論壇接待」

數位行銷尖兵10月攝影活動：

112年10月4日(三)協助「許菁芸校友講座攝影」

112年10月11日(三)協助「當代藝術創作工作坊攝影」

112年10月16日(一)協助「邱書文校友講座攝影」

112年10月18日(三)協助「女性科技人講座攝影」

112年10月18日(三)協助「當代藝術創作工作坊攝影」

112年10月20日(五)協助「創校57週年校慶彌撒攝影」

112年10月21日(六)協助「校友回娘家攝影」

預期成效：	實際成效：	成效檢討：
<p>(1)質化成效：一、親善大使團：培訓課程以及接待活動可幫助學生培養自身形象管理、接待技巧以及應變能力，提升學生就業職能。</p> <p>二、數位行銷尖兵：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>一、親善大使團：親善大使團於10月間共參加2場校內接待及1場校外接待，並舉辦3次校友回娘家行前訓練。親善大使於10月期間舉辦公關室年度大型活動「校友回娘家」，透過訓練團課及接待活動，學習美姿美儀、妝髮技巧、接待技巧、口語表達、校園導覽、應對進退，提升就業職能。</p> <p>二、數位行銷尖兵：數位行銷尖兵於10月協助7次校內大型活動攝影，提升學生影像製作能力、數位行銷能力及社群媒體編輯能力。</p>	<p>質化成效符合預期</p>
<p>(2)量化成效：一、親善大使團：課程滿意度達85%以上，80%團員通過期末考核。</p> <p>二、數位行銷尖兵：課程滿意度達85%以上，文藻官方社群媒體觸及人數達8萬。</p>	<p>一、親善大使團於10月間共參加2場校內接待及1場校外接待，並舉辦3次校友回娘家行前訓練，共103人次參與。</p> <p>二、數位行銷尖兵於10月間共參加7次校內大型活動攝影，共32人次參與。</p>	<p>量化成效符合預期</p>