

# 南華大學跨領域學分學程總成果



南華大學跨領域學分學程總成果摘要表			
跨領域學程名稱	綠色文創學程		
召集人姓名	黃瓊玉		
開課學年	108 學年度第 1 學期至 109 學年度第 2 學期		
授課老師	系所		
黃芳琪	文化創意事業管理學系		
楊政郎	文化創意事業管理學系		
黃瓊玉	文化創意事業管理學系		
賴文儀	文化創意事業管理學系		
陳寶媛	文化創意事業管理學系		
林群智	自然生物科技學系		
學程助理	施羽柔	系所	文化創意事業管理學系
課程學生人數	32	跨領域學程之課程數	共 <u>4</u> 門課
經費補助	<input type="checkbox"/> 無經費補助 <input checked="" type="checkbox"/> 學程課程補助一學期 <u>8000</u> 元 計畫名稱： <u>110 年度高教深耕計畫</u> <input type="checkbox"/> 其它校內外補助(每學期) 計畫名稱：_____		

成果摘要	<p>[請用文字簡略說明主要課程成果之內容]</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 各組課堂討論及報告發表</li><li>2. 對商家進行統計分析</li><li>3 期末分析成果報告</li></ol>
------	---

## 目錄

一、學程簡介.....	1
二、說明學程中跨域結合面向.....	1
三、具體成果展現方式及績效.....	5
四、遭遇困境或建議(文字敘述).....	6
五、經費運用情形.....	6
六、成果展現相關照片.....	7

## 一、學程簡介

有鑑於生產端，通常只會著重在生產技術的改良與如何產出質與量兼顧的產品，然而對於行銷端，例如：如何賣得好價錢..著墨不多。本學程由綠色產業的觀點來設計出一連貫的特色課程，包含品牌設計、行銷，修讀本學程之後，同學將有能力替廠商進行品牌設計、產品行銷…等實務工作。

## 二、說明學程中跨域結合面向

### 1. 學生自我跨域學習面向：

此學程為南華大學校內各院系學生選修所組成，會規定修課學生在選組員時，每組成員需要包含三種不同學程的學生來進行分組，可以讓不同專業的學生有更多的交流。

一開始會從二年級的課程瞭解綠色文創產業最核心的實務知識還有企業參訪，在二年級下學期時，能瞭解分析資料的統計方法且利用統計軟體分析資料並正確解讀報表。最後依據實際情況建構統計模型，再來能具備

WordPress 網站的設計、架設能力。並在 WordPress 架設電子商店的能力。在三年級上學期「整合行銷與品牌設計」的課程裡，使學生能了解品牌設計與整合行銷，並利用實際案例講解，讓學生能了解和理論與實務，並能在課程完成品牌設計發表與行銷企劃書等。在最後輔導學生具備職場所需知能、認識職場文化與倫理、架設網站、進行市場調查與分析問卷結

果的能力、團隊合作與溝通協調能力、實務創作與市場行銷企劃的整合能力。

## 2. 校內外實作影響評估：

本學程為管理學院文化創意事業管理學系跨系所經營，有來自生物科技學系的師資支援，從品牌設計、網頁設計、數據分析、整合行銷到產業實習等一連串的課程，可以同步接軌業界和職場最新訊息。本學程除了扎實的學理基礎與多元課程外，也相當重視實務經驗，許多課程都要同學實際參與操作，另外，也積極爭取與企業合作產學、實習的機會，讓同學們能夠學以致用。

108-1 學期課程-本課程除概括性的介紹文化創意產業，並藉由探討臨近的國家如韓國、日本之 ACG 產業(漫畫、動畫與遊戲產業)的發展現況與趨勢，以提供我國未來發展 ACG 產業之可行方向。此外並蒐集台灣各鄉鎮之古蹟廟宇、農產、民俗技藝等調查,萃取出實用的資訊，轉化成相關的綠色文創商品，透過本課程,可明確瞭解綠色文創產業最核心的實務知識！

除此之外為了讓修課的學生能夠提早了解總整課程的實踐場域，能夠提早準備，所以安排到晁陽綠能園區進行參訪、請柳營查畝營文史協會來講述柳營在地資源與未來創生展望、邀請台北滴咖啡的老闆鮑毅超先生來分享文創產業的行銷策略，並對跨領域課程提出具體的建議。

108-2 學期課程-本課程利用數據分析的方法進行市場調查,了解市場現況與潛在客戶的來源,以整合性行銷的參考依據。

藉由資料的分析,可以對未來的營收結果做預測,以做為績效評估的參考也藉由網頁的設計,來增加曝光度。

109-1 學期課程-本課程分為兩部分。首先,為品牌設計,包含介紹品牌、品牌管理、品牌設計等。此課程著重品牌設計實作,讓學生們針對所選主題創造出品牌標誌、品牌箴言、品牌理念與品牌故事等。第二部分為介紹整合行銷。由整合傳播工具的行銷企劃面去構思不同行業的需求,同時含括以非營利為目標的組織團體,完整地探討行銷個案中主要的傳播工具。藉由案例的傳播技巧,來加強理論與實務結合的應用。

本課程要達成班上各組學生完成品牌設計與行銷企劃書,特此邀請業者蔡菁蓉講師,親臨本課程演講,提供實際經驗供學生們參考。還邀請了咖啡學店長及設計師,親臨本課程進行評分。評分主題為各組品牌 logo 設計,提供對各組的 logo 設計、品牌理念建議供學生們參考。

109-2 學期課程-本學程以產業為基礎,透過課程設計讓學生將文化、創意與綠色永續的概念融入其所選的主題產業,藉此為其選定的主題產業訴說一個好故事;接著學習為其選定的主題產業架設網站和執行市場調查與分析的知識和技能;之後再學習如何為其選定的主題產業撰寫行銷企劃案和設計品牌。

綠色文創實務乃屬總整課程,故本課程要帶領修課同學完成最後一哩路。亦即,讓學生就所選定主題產業選擇一間企業合作,為該公司:(1)架

設其專屬網站並將為其所撰寫的動人品牌故事置於其中；（2）執行市場調查並分析其結果意涵；（3）撰寫一份行銷企劃案和設計公司 logo。

整體而言，本課程將呈現：學生將兩年課堂所學知識應用於企業經營實務的學習成效。最後，我們將以海報、紙本與電腦螢幕等方式來呈現學生的學習成果。不過應為因應疫情的關係，改為了口頭報告。

### 三、具體成果展現方式及績效

(文字敘述，建議 500 字以上-2000 字以下)

(成果可包括短影片 3 至 5 分鐘、簡報、書面資料、活動報告等，請列舉後再文字說明)

本學程績效評估的參考為能對綠色產業之廠商，協且其進行品牌、包裝、logo 的設計，並且規劃及完成其專屬之網頁與利用社群、數位多媒體方式來行銷，並進行數據分析，以做為績效評估的參考。

本課程要帶領修課同學完成最後一哩路。而我們前面的課程裡，都各有一個成果，故最後的統整課程為，幫大家檢查前面所有成果完整的進度與二下沒完成的問卷調查。

期中考前讓各組針與合作的廠商進行發放問卷，並回收整理，並做資料的分析與討論。

期中考後開始檢視各組的網頁內容、行銷企劃書、各組設計的 LOGO，查看各組完成進度，並於以協助，並檢視各組問卷調查的書面報告進度。

最後在期末的時候有一個期末報告，報告的內容圍期中考前的統計資料分析報告。且最後的報告因為疫情的關係，所以採用了遠距的方式進行報告

期末各組的研究報告企劃書，執行市場調查並分析其結果意涵，主題分別有

1. 綠色文創實務期末報告(茶香文化)
2. 大裕農牧場-期末報告修改版
3. 我愛您會館研究企劃書
4. 三輪車碳烤土司
5. 綠林好漢，每組都針對了各個合作的店家進行統計分析，除了第五組因為他們是模擬自己創業，所以沒有合作店家，故還是行銷的報告。



## 四、遭遇困境或建議(文字敘述)

說明：

因為跨領域學程的學生，都來自不同的學程，所以會有一些問題，比如說運動學程的學生，很多都因為要比賽，然後就曠課很多，無法跟上進度。或是在分組的時候還是會有很多學生不願意跟不同學程同學同組的問題。再來課程最後一個月受到疫情影響，採用了遠距授課的模式上課，會遇到許多小問題，比如教學設備的使用操作上、學生用來上課的電子設備的問題。起初效果不佳，不過慢慢的也有改善與適應，與學生也有更多互動，線上報告也沒有問題。

## 五、經費運用情形

日期	業務支出項目	金額
	無使用經費	

# 六、成果展現相關照片

原本LOGO:



修改後的LOGO:



品牌LOGO

從外觀上可以看出代表著一個媽媽用手保護著這個家庭  
頭髮跟圓形的部分代表著流水、日月潭  
異種生生不息的概念  
還有圖案的分成兩塊帶有一點陰陽太極的形狀在裡面  
帶入的是太陽與月亮相應這日月潭  
還有做著媽媽的同時做著爸爸的意思



產品

房間總共14間  
面湖四人房6間  
面山雙人房5間  
面湖雙人房2間  
家庭房1間  
附早餐

LOGO

LOGO

## 4-2-1「到三輪車飲食習慣」量表分析

消費者到三輪車飲食習慣之描述性統計量如表 4-5 所示。由表 4-5 得知：其中題項 1「您來本店最常吃的早午餐是哪一類？」的平均數為 2.86，標準差為 1.48；題項 2「針對本店上列餐點哪個價位是您可接受的？」的平均數為 2.19，標準差 0.702；題項 3「請問您基於何種原因來本店購買？」的平均數為 2.13，標準差 0.332；題項 4「請問您對於本店的服務人員滿意度如何？」的平均數為 4.62，標準差 0.862；題項 5「請問您對於本店環境整潔滿意度為何？」的平均數為 4.48，標準差 0.898；題項 6「請問您來本店最常購買何種飲料？」的平均數為 2.58，標準差 1.214 根據以上統計分析來看，在「飲食習慣」此構面以「您來本店最常吃的早午餐是哪一類？」此消費習慣為最高。

表格 2「到三輪車飲食習慣」之描述性統計量

題號	問卷題項	平均數	標準差
1	您來本店最常吃的早午餐是哪一類?	2.86	1.48
2	針對本店上列餐點哪個價位是您可接受的?	2.19	0.702
3	請問您基於何種原因來本店購買?	2.13	0.332
4	請問您對於本店的服務人員滿意度如何?	4.62	0.862
5	請問您對於本店環境整潔滿意度為何?	4.48	0.898
6	請問您來本店最常購買何種飲料?	2.58	1.214

## 4-3 差異性分析

為瞭解三輪車碳烤土司消費者消費其不同背景因素對「到三輪車飲食習慣」之影響是否存在差異性，本節採用獨立樣本 t 檢定與單因子變異數分析來判定，並以 5% 的顯著水準為判定依據。

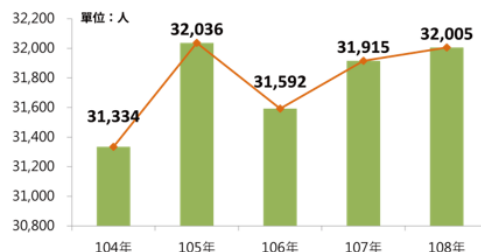


圖 5-104 年-108 年旅行及相關服務業之受雇員工數

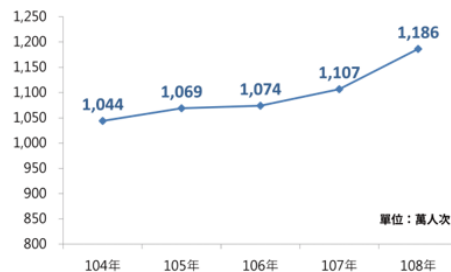


圖 6-104 年-108 年來台旅客人次變化

統計分析

統計分析

第三部分：對於大裕雞蛋的滿意程度

本區段為調查您對購買大裕農場雞蛋時的滿意程度

	非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
1 您對於雞蛋的口感是否滿意					
2 您對於雞蛋的品質是否滿意					
3 您對於雞蛋的包裝是否滿意					
4 您在購買時對於服務態度是否滿意					
5 您在購買時對於出貨速度是否滿意					

第三部份：對於各個購買條件的在意程度

本區段為調查您對購買雞蛋時各個條件的在意程度，例如：口感、品質...等

	非常在意	在意	普通	不在意	非常不在意
1 您對於雞蛋口感的在意程度					
2 您對於雞蛋品質的在意程度					
3 您對於雞蛋包裝的在意程度					
4 您對於購買雞蛋時店面是否衛生整潔的在意程度					
5 您對於購買雞蛋時出貨速度的在意程度(無網購過雞蛋者可跳過)					
6 您對於購買雞蛋時是否有促銷的在意程度					

問卷調查

表 2 教育程度分配表

		A3教育程度			
		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	高中	37	29.1	29.1	29.1
	大學學士	83	65.4	65.4	94.5
	大學碩士	7	5.5	5.5	100.0
	總和	127	100.0	100.0	

根據職業資料做次數分配表，表中呈現樣本抽樣對象之職業，以學生為最多，樣本數 66 份，占問卷總數五成二約為問卷總數的一半，以農林漁牧樣本數 3 份最少，由於農林漁牧問卷數過少，較不足以代表此群體中母體的真實情況。如表 3 職業分配表所示：

表 3 職業分配表

		A4職業			
		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
有效的	軍公教	11	8.7	8.7	8.7
	服務業	37	29.1	29.1	37.8
	學生	66	52.0	52.0	89.8
	農林漁牧	3	2.4	2.4	92.1
	其他	10	7.9	7.9	100.0
	總和	127	100.0	100.0	

統計分析