

輔仁大學 108 年度高教深耕計畫

自主學習課程計畫

成果報告書

108 學年度第二學期

博物館行銷

授課教師:林玟伶

系所單位:博物館學研究所

中華民國 109 年 7 月

目錄

壹、課程指導成果說明	3
一、課程實際規劃與說明	3
二、具體教學成果與評估	3
三、課程遇到問題與困難	5
四、優秀自主學習組別	6
貳、學生自學成果紀錄	7
一、第一組	7
(一) 教師與助教課程指導記錄表	7
(二) 學生自主學習計畫書	12
(三) 學生自主學習計畫書	13
二、第二組	14
(一) 教師與助教課程指導記錄表	14
(二) 學生自主學習計畫書	20
(三) 學生自主學習計畫書	22
三、第三組	23
(一) 教師與助教課程指導記錄表	23
(二) 學生自主學習計畫書	28
(三) 學生自主學習成果報告	29
四、第四組	31
(一) 教師與助教課程指導記錄表	31
(二) 學生自主學習計畫書	36
(三) 學生自主學習成果報告	38
五、第五組	39
(一) 教師與助教課程指導記錄表	39
(二) 學生自主學習計畫書	44
(三) 學生自主學習成果報告	45

六、 第六組	46
(一) 教師與助教課程指導記錄表	46
(二) 學生自主學習計畫書	51
(三) 學生自主學習成果報告	53
七、 第七組	55
(一) 教師與助教課程指導記錄表	55
(二) 學生自主學習計畫書	61
(三) 學生自主學習成果報告	62
八、 第八組	64
(一) 教師與助教課程指導記錄表	64
(二) 學生自主學習計畫書	70
(三) 學生自主學習成果報告	73
九、 第九組	75
(一) 教師與助教課程指導記錄表	75
(二) 學生自主學習計畫書	82
(三) 學生自主學習成果報告	83
參、學習反饋彙整	85

壹、課程指導成果說明

一、課程實際規劃與說明

本課程結合行銷學理論、個案與實務操作，介紹並討論博物館行銷的研究與實務面，本課程在設計包含國內外案例探討、專家指導以及田野調查等面向，以期讓學生在修習完本課程之後，對博物館行銷有全面性的了解，培養博物館行銷之研究能力與進入職場所應具備之行銷管理技能，並且能夠應用在實務面的操作上，進行博物館行銷企劃活動之設計與企劃書撰寫。

本課程融入自主學習之理念，以學生為中心，進行自主學習規劃，並藉由授課教師之指導，讓學生以行銷學研究為基礎，發展一份博物館行銷企劃，並透過兩位業界教師的引導，介接博物館實務工作者之現場，提供業界教師實際的工作案例給予學生練習，引發創意思考，激發學習動機，結合學生各別專長與興趣，發展出具體可行並具有創意之行銷企劃作為課堂成果展現。

實際課程安排方面，每三周課程穿插一次自主學習週，學生必須按照自主學習進度繳交階段成果與老師討論，此外，各組也安排一次博物館實際參訪與業界教師討論，最後一週為期末成果發表，邀請兩位業界教師到課堂為各組同學的發表做講評。

二、具體教學成果與評估

在本課程的設計下，學生從對於博物館行銷概念的陌生，到能夠具體操作利用課堂所教授的分析技巧，發展出一份行銷計畫，整體成果與評估如下表：

組別/企劃主題	評語
第 1 組 澳門博物館「有關風月--博物館之夜」企劃	優點：整體企劃書呈現出專業的設計風格。內外環境分析呈現出圖表呈現佳（但字體大小應一致）。 缺點：行銷活動的規劃方面雖然詳細，但較凸顯不出澳門博物館特色。 建議：行銷目標出發點很好，目的是希望行銷活動來帶動當地人參觀博物館，雖然實際設計出的活動可能可以把人帶進來，但來的人是否可以提升對澳門博物館的品牌認知，是這份計畫書可以

	再強化的部分。
第 2 組 浙江省博物館微 博行銷企劃	優點：能夠善用圖表呈現整份報告。關於目標消費者分析的部分，看出認真設計（但是提醒真正用於市場行銷報告，這些目標消費者的選定應該要有證據為基礎）。 缺點：PEST 分析過於簡略。行銷活動很有趣，但原創性稍嫌不足，在活動內容說明的部分也較為簡略。 建議：本計畫書期望吸引線上觀眾到實體博物館參觀，因而設計線上互動的行銷活動，整體報告能夠前後呼應，但建議具體執行面可以在深化思考。
第 3 組 馬江海戰紀念館 行銷企劃案	優點：行銷活動規劃上能夠考量馬江紀念館所在位置，並思考如何與他館串連。 缺點：整份企劃過於簡略，特別是環境分析部分，缺 PEST 分析。 建議：計畫書目標設定時提到希望增加年輕群體的觀眾數量（p4），但在紀念館消費者分析（p5）的地方提到紀念館主要遊客是高中以下學生群體，建議行銷活動以開發新的觀眾群為出發，能夠更有意義。
第 4 組 尋夢絲路——暢 「享」喀什 喀什老城文旅體 驗行銷企劃	優點：實地訪查博物館，並拍攝宣傳影片。有針對遊客進行簡單的問卷調查。 缺點：沒有看到行銷活動——護照打卡部分的詳細說明與設計。 建議：關於目標消費者之一當地中小學生與其他兩類目標消費者（背包客/遊客）屬性差異巨大，但是計畫書僅以同一個產品（護照打卡）進行行銷，應重新考慮適合性。
第 5 組 從「遺址」邁向 生活——敦煌文 化元素之活化 「敦煌」× 「Starbucks」聯 合開發計劃	優點：行銷計畫主題明確，聚焦在敦煌與星巴克聯名商品開發。 缺點：環境分析缺乏圖表呈現。消費者分析（p6-7）是如何產生這兩種群體，缺乏數據佐證。 建議：星巴克聯名杯很多城市與景點都有在開發，的確會吸引到一群對星巴克品牌有興趣的人來收集，但是如何吸引對敦煌有興趣的人來購買應是需要特別考量強調的，否則這個聯名計畫可能只會埋沒在星巴克茫茫杯海合作計畫中。
第 6 組 台博蕃薯卡辦起 來 會員卡行銷 報告	優點：能對於會員卡進行分級設計。環境分析上能夠引用數據做為佐證。 缺點：書面計畫書的整體排版呈現上可以再加強。 建議：除了使用沈浸式劇場吸引辦卡外，另外可以再思考更多誘

	因與行銷活動來刺激辦卡。
第 7 組 「你，戲博戲想演戲？」行銷企劃	優點：整體報告呈現專業，邏輯清晰，版面閱讀順暢。消費者分析部分能夠實際採用觀眾調查資料作為分析，使結果更有說服力。 缺點：在行銷策略規劃上（p23-25）除了文字說明，應加入圖表呈現，否則重點無法凸顯。 建議：在行銷活動內容上，缺乏更為創意與亮點式的設計，除了特別專案的行銷作法外，建議多腦力激盪出具有特色的行銷方案。
第 8 組 〈憨孫哪，聽阮講台北故事〉企劃報告	優點：影片呈現有助於傳達本計畫行銷活動的構想。消費者分析部分，有實際採訪幾位民眾的想法。 缺點：報告整體版面呈現宜再加強，字體應統一。 建議：可加強高齡者的使用習性與行為的分析，有助於在設計行銷活動上，更為符合目標觀眾（高齡者）的需求。
第 9 組 請你跟我走一趟花蓮站行銷報告	優點：整體報告完整，活動設計細緻。針對民眾進行簡單的問卷調查（但數據呈現在計畫書時應該更為精簡，強調重點）。對話機器人為一大亮點。 缺點：目前行銷活動內容適合每個城市，意味著應更強調花蓮在地性與特色。 建議：建議多強化在地議題與特展的連結，結合在地人與團體做宣傳。

三、課程遇到問題與困難

（一）今年度課程因新冠肺炎 COVID-19 影響導致部份陸生與僑生採用線上遠距學習，本課程原本規劃以小組為單位來做行銷報告，因有五位學生無法來台，因此改以讓學生自己選擇是個人或小組作業，最後總共有七位同學都是自己一人一組，只有兩組同學是小組合作。這樣的結果並非本課程預期的設計，教師也能體諒一個人作業在與同儕討論上較為缺乏，因此在自主學習過程的輔導上，教師也需花費更多時間與學生討論並鼓勵他們學習。

（二）關於自主學習課程計畫，在其文件規範上相對較多，例如需繳交計畫書、每次討論紀錄以及成果表，對於學生而言，一方面要符合課程進度作業，一方面要做自主學習的文件，教師有觀察到學生對於要求性的文件反應不佳，常需要教師催促才能繳交討論紀錄等文件，又因為本次有七位同學都是獨立製作報

告，不如小組同學可以彼此分擔這些文件，造成課程負擔較大。

(三) 雖然是自主學習課程，透過減授課堂上課時數，鼓勵學生找回學習主動性，然而真正要落實學生自主學習，仍未達理想狀態，主因可能是學生仍需要教師引導與督促，主動性的養成需要時間。然而，教師還是有觀察到學生在最後成果發表上，自己製作行銷影片、海報、文宣等，甚至是臉書對話機器人，的確有展現出自主學習的能力。

四、 優秀自主學習組別

推薦組別一：第九組、請你跟我走一趟花蓮站

本組同學以國家人權博物館在花蓮文創園區舉辦「請你跟我走一趟→不義遺址空間歷史推廣企劃示範展」巡迴展為主題，為展覽設計行銷推廣活動。該組同學整體報告完整，活動設計細緻。針對民眾進行簡單的問卷調查，以了解目標消費者需求，作為活動設計之參考。此外，同學自主學習設計臉書對話機器人，結合展覽內容，讓參觀觀眾可以透過臉書對話機器人的關卡與展覽進行互動，符合本課程所強調博物館行銷目的是「傳達博物館的價值給觀眾」的核心精神。

推薦組別二：第七組、「你，戲博戲想演戲？」

本組同學以國立臺灣博物館戲劇導覽活動為主題，為活動學員招募到最後發表的過程，設計分階段的行銷計畫。該組同學整體報告呈現專業，邏輯清晰，版面閱讀順暢。環境分析方面能夠善用數據進行分析，而消費者分析部分能夠實際採用已有觀眾調查資料作為分析，使結果更有說服力。此外，同學自主學習設計海報，是沒有設計背景同學自我潛力的突破，所做出的海報設計也確實傳達活動之精神。

貳、學生自學成果紀錄

一、 第一組

(一) 教師與助教課程指導紀錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/3/24	受指導組別	第一組
地點	線上視訊	受指導次數	第 1 次
受指導對象	蘇蓀宜		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none">1. 博物館行銷的題目範圍過於廣泛，應聚焦為更具體事項。2. 預期效益應訂正為學生自身之得益。		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none">1. 可研究以什麼行銷手法建立澳門博物館的品牌。2. 想要吸引的旅客的年齡層是什麼？3. 如果是開發文創紀念品，應該跟哪些品牌合作，以及合作原因。		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/1	受指導組別	第一組
地點	線上視訊	受指導次數	第 2 次
受指導對象	蘇蓀宜		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 對澳門博物館作出的分析不夠明確。 2. 有些數據無法取得。 3. 策略針對的是旅客還是本地人？ 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷目標須有明確的量化目標，例如觀眾增加多少百分比。 2. PEST 分析要加入對澳門博物館產生的影響，並在社會環境的部分列出詳細數據。 3. 競爭者分析則聚焦在地理位置上周遭強勢的競爭者，可透過畫十字圖顯出澳門博物館的特殊優勢。 4. 消費者分析部分要勾勒出明確的消費者形象。 5. SWOT 分析要做成表格，並總結要往哪個策略走。 6. 行銷策略要用 4P 綜合分析，分析可開拓的不同市場有哪些，針對不同群體可有不同方案(如本地人、旅客)。 7. 對於難以取得，又不是行銷重點的數據可以不列入報告。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第一組
地點	線上視訊	受指導次數	第 3 次
受指導對象	蘇蓀宜		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷目標的預期需要調整。 2. 消費者分析不夠明確。 3. 行銷策略要明確針對目標群鎖定目標市場。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷目標的量化目標不宜太高，以及加入除增加觀眾以外還能提升的目標。 2. 消費者分析需要加強分析本地人。 3. 鎖定目標市場 who why what when...分成不同組別，並列出表格。 4. 以表格呈現產品、價格、促銷、通路、人員。 5. 以視覺呈現成果的精華。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/8	受指導組別	第一組
地點	線上視訊	受指導次數	第 4 次
受指導對象	蘇蓀宜		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 計畫的標題「今夜的月色真美」需更改。 2. 本地觀眾預期參與率。 3. 行銷策略的內容不夠仔細。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 標題太長，應採用更有創意的命名方法。 2. 設定入場人數當中本地觀眾佔幾成。 3. 雖詳細制訂時程表、舉辦地點、文創產品的開發時程及加強宣傳。 4. 設計節目表。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/16	受指導組別	第一組
地點	線上視訊	受指導次數	第 5 次
受指導對象	蘇蓀宜		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活動內容跟博物館的關係為何? 2. 宣傳環節較弱，不夠清晰。 3. 夜間導賞內容是否適合所有觀眾? 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活動內容能呼應博物館與節日主題。 2. 詳細列出宣傳方法。 3. 調整導賞內容。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：澳門博物館與文化遺產結合推動旅遊業發展

二、組別：第一組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶

五、學生姓名與工作分配：

姓名	工作內容
蘇蓀宜	產業分析, 宣傳推廣, 觀眾研究, 博物館核心價值, 跨界合作, 歷史教育, 文創產品設計

六、計畫內容與進度規劃

澳門博物館以展示澳門歷史和多元文化為主，附近是著名的世遺景點大三巴牌坊，因而吸引非常多旅客參觀博物館。此館已開幕二十多載，有不少沉痾積萎，館內的設施或展覽方式都必須提升以滿足現今的博物館發展趨勢與觀眾需求。本次計劃結合博物館行銷課程內容，分析澳門現今產業結構以及博物館觀眾類型，重新定位博物館的宗旨和核心價值，發揮自身的地理優勢，結合文創設計、宣傳推廣，提升展覽水準與競爭力，建立澳門博物館的良好口碑，並讓大眾對澳門的歷史地位有一番新認識。

七、預期效益：

運用課程所學的行銷知識，務求理論與實作靈活應用，將澳門博物館打造成為更好的澳門歷史再現場所，讓澳門的文化遺產能更有效地與旅遊業結合，並期望計劃書能成為澳門的博物館改善方案的一個參考。

(三) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：2020 年 6 月 29 日

一、課程基本資料

- (一)自主學習計畫主題：澳門博物館 2020 年博物館之夜「有關風月」
- (二)組別：第一組
- (三)學生姓名：蘇蓀宜
- (四)課程名稱：博物館行銷
- (五)指導老師：林玟伶老師

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

由於疫情無法回台，澳門的博物館會是首選，而澳門博物館的地理位置最佳，最容易吸引觀眾入場，但本人觀察到館內展示狀況未如理想，網上評價亦認為它有很多改善空間，因此選擇此館為目標對象。企劃書為個人項目，所有內容必須獨自完成，工作量較大，要熟練掌握課程內容之餘，亦要發揮創意。這是第一次獨力完成企劃書，途中會遇到很多盲點，需要較長時間消化，以及資料搜集以及分析需要很多時間，很考驗時間管理能力，這是我的弱項，不過自己比較擅長設計，能快速完成視覺設計。

(二)成效說明與實際產出：

對比去年，我認為我的平面設計技術有進步，海報是我整個計畫最滿意的部分，活動規劃是我不擅長的部分，要如何跟博物館產生關聯一直是我思考的問題，經過多次修改後仍然覺得有改善空間，但整體比最初的好。

三、學習心得

這門課程雖然是線上教學，但工作量很充足，幾乎每週都有作業佈置，提醒我雖然可以在家裡上課但始終要保持學習狀態。行銷對我來說是很新鮮的事物，無論在大學或者以往的課程都沒有機會接觸到這個領域，它需要很多溝通和面對人群的技巧，亦要有經濟和統計基礎知識，這些都是我以往不太敢嘗試的東西，但熟悉了就會發現並沒有想像中困難，可以是很有趣味性的。自 4 月開始更展開了與企劃書長期搏鬥的狀態，當中有很多不擅長的地方，必須要經過老師提點才能改進，但我很享受難題解決的過程，這是證明自己有能力獨立完成一份企劃書。

二、 第二組

(一) 教師與助教課程指導紀錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeee@gmail.com

時間	2020/3/23	受指導組別	第二組
地點	線上視訊	受指導次數	第 1 次
受指導對象	曹緣		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 計畫內容與進度規劃的時間部分需要一點調整，以配合課堂內容。 2. 搜集館所預決算資料較為艱難，無法從官方網站獲取。 3. 行銷方向的平臺應該明確到具體的媒體平臺。 4. 明確下一階段的學習內容與方向。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 增加 3/24-4/21 之計畫內容。 2. 與指導老師溝通後認為現有資料足以分析館所規模，因此建議把缺失的預決算部分用其他各項人員資料、政府撥款等資料補充解決。 3. 建議選擇行銷成效欠佳的平臺，經商討決定選擇微博作為目標行銷平臺。 4. 對浙博弱勢部分分析，進行行銷切入點的全面考量。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/4/24	受指導組別	第二組
地點	線上視訊	受指導次數	第 2 次
受指導對象	曹緣		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷目標部分需要一點調整，明確行銷具體方向。 2. 無法從官方網站獲取的內部資料如門票種類等若無必要可以不要。 3. 行銷資源的人力部分可以簡單概要表格形式，不需具體到職位。 4. 競爭者形態部分選取可能成為一日文化消費圈的全省，不需要全國數據。 5. 微博大數據分析還需要進行數據平臺的各個分析對比與製作表格。 6. Persona 可以不用進行，因為已經有系統性的消費者分析 7. 是否需要用創新擴散理論？ 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 增加 2020/4/24-5/21 之計畫內容。 2. 消費者分析部分針對網路和實體消費者都進行分析，因為要用線上消費者引流到線下。 3. 行銷活動成效的文字敘述轉換成簡潔表格。 4. 展覽情況中可以按照展覽的類型把展覽進行分類，找出浙博傾向的展覽類型與主題。 5. PEST 分析四方面的要點選擇幾個焦點展開討論，製作表格。 6. 不需要用創新擴散理論，只是分析的時候可以把消費者進行分類 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第二組
地點	線上視訊	受指導次數	第 3 次
受指導對象	曹緣		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 行銷目標部分需要一點調整，明確行銷具體方向，如提升多少觀眾，購買量提升多少。 沒有進行時程表甘特圖的製作。 行銷策略製作成表格形式，並按照產品、加個、促銷、通路等格式擬定微博活動計劃。 增加預算的總體計劃部分。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 增加 5/21-6/18 之計畫內容。 消費者分析部分建議使用 5W1W 找到主要目標消費群體，並製作成消費者分析圖。 運用 stp 流程鎖定目標消費市場，並指定一個主要目標者與次要目標者。 展覽情況中可以按照展覽的類型把展覽進行分類，找出浙博傾向的展覽類型與主題。 4P 行銷組合中應該著重在促銷通路的設計。 期末進行此計劃的視覺呈現：海報製作。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

□ □	2020/6/9	□ □ □ □ □	第二組
□ □	線上視訊	□ □ □ □ □	□ 4 □
□ □ □ □ □	曹緣		
□ □ □ □	林玟伶		
□ □ □ □ □ □			
□ □ □ □	<ol style="list-style-type: none"> 1. 未統一文字大小與排版。 2. 補充整合行銷的通路。 3. 明確海報的製作主題與內容。 4. 刪減不必要呈現的數據資料截圖。 		
□ □ □ □ □ □ □ □ □	<ol style="list-style-type: none"> 1. 修改和補充最終計畫內容。 2. 三個消費者分析圖用顏色進行區分。 3. 把不必要的數據製作移動到附錄部分呈現，如浙博傾向的展覽類型與主題。 4. 期末進行此計劃的視覺呈現：海報製作選擇三大活動中的一個。 5. 明確預算表中的價格單位。 		
□ □ □ □			

□ □	
-----	--

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

**輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表**

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

□ □	2020/6/16	受指導組別	第二組
□ □	線上視訊	受指導次數	第 5 次
□ □ □ □ □	曹緣		
□ □ □ □	林玟伶		
□ □ □ □ □ □			
□ □ □ □	<ol style="list-style-type: none"> 1. 未統一 PPT 文字大小與排版。 2. 海報設計還缺少參與方式的傳達。 3. PPT 沒有對於浙江省博物館的簡單館藏介紹。 4. PPT 需要有重點整理。 5. 計畫書沒有目錄。 		

<p>□ □ □ □ □</p> <p>□ □ □ □</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 修改和補充最終計畫內容。 2. PPT 增加浙博傾向的展覽類型與主題。 3. 海報更改下半部分設計，刪除原來的下劃線文字，增加線上與線下的活動資訊，以及 PPT 範本調整。 4. 精簡 PPT 的內容，練習 10 分鐘口頭簡報。 5. 計畫書增加和修改目錄頁以及附錄圖片的刪減。
<p>□ □ □ □</p>	
<p>□ □</p>	

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：浙江省博物館行銷企劃之前導研究與計劃呈現

二、組別：第二組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶

五、學生姓名與工作分配：

姓名	工作內容
曹緣	由於自主學習的內容原則上以實踐或應用課堂學習的知識為主，因此我計劃利用博物館行銷課程內容進行浙江省博物館的策略性分析與市場行銷規劃，以環境分析與網路行銷—微博線上行銷為主，重點分析博物館如何應用線上行銷來開發線下觀眾消費與參觀，並經由活動設計經營品牌

六、計畫內容與進度規劃

計劃時間	計劃進度
2020.3.23	與指導老師確認進行分析與行銷規劃的館所，並尋找先期館所資料以提出博物館面臨的問題與缺少的資料，調整行銷計劃的方向
2020.3.24-4.21	修改自主學習計畫書，並且對浙博弱勢部分分析，進行行銷切入點的全面考量，以及尋找微博平台的數據
2020.4.21-5.18	搜集浙江省博物館的現有資料，進行市場經濟、政策、法律、利害關係、科技等內外部環境分析，學習撰寫 SWOT
2020.5.19	與指導老師對行銷活動方案規劃討論（對於浙江省博物館的社群媒體特性進行分析、進行競爭者分析，並確定網路行銷策略、計劃時程與經費討論）
2020.6.9	與指導老師確認企劃書討論與修正（主要討論如何進行消費者分析、行銷方法與行銷活動的合理性，並修正上一次的行銷方案），並且選擇海報為期末視覺呈現方式
2020.6.16	與指導老師確認簡報內容與海報樣式，並修改企劃書與 ppt 不合理之處，準備最終課堂行銷企劃報告
2020.6.23	最終課堂行銷企劃呈現與報告

七、預期效益：

隨著中國大陸博物館事業快速發展,如何持續地吸引更多的觀眾走進博物館,已成了當前博物館工作的重要內容之一。我希望能夠藉由此次的自主學習計劃,瞭解行銷學理論與方法如何應用在博物館,並學會評估組織的 SWOT\PEST 等,最終能夠產出一個具有一定可行性的行銷方案。

我預計此次計劃,能夠讓我深入研究浙江省博物館觀眾特徵,並從博物館的展覽、教育、服務、文創中的某一方面方面開展有針對性的行銷活動;透過教師指導,能夠擁有博物館行銷企劃活動之設計與企劃書撰寫的能力;提高自我管理與學習的能力,培養博物館行銷之研究能力與管理技能,不僅能夠增加個人的職場競爭力,並希望日後有機會能夠應用在博物館脈絡中,也能進一步提高浙江省博物館的社會關注度和影響力。

(三) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：2020 年 6 月 29 日

一、課程基本資料

- (一)自主學習計畫主題：浙江省博物館微博行銷
- (二)組別：第二組
- (三)學生姓名：曹緣
- (四)課程名稱：博物館行銷
- (五)指導老師：林玟伶老師

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

1.如何訂定主題？

研究者作為浙江省的市民，時常關注浙江省博物館的線上宣傳動態，認為微博行銷是一個正在快速發展的行銷平台，有巨大的可行性操作。

2.分工分配及執行狀況？

個人組，要完成創意發想與活動設計，並進行海報製作。

3.是否遇到什麼難題？

浙江省博物館的門票資料等內部資料較難搜集，並且活動設計要實際貼切兩個館所，需要實地考察。

(二)成效說明與實際產出：

實際產出，例如可以寫企劃書、海報、影片...對於個人理解行銷有了實際的參與和實作，在期末產出了行銷企劃書、海報，並且在行銷期末報告會上對企劃進行了講解，也獲得了專業老師的回饋與建議。

三、學習心得

在本次的自主學習課程中，老師搭配上課內容進行的課後規劃、課堂問答與課後文獻閱讀，都讓我們從理論的層面轉移到了具體的館所案例，並且為了加深我們對於行銷的操作認識，還規劃了期末的行銷計劃成果報告，在這個過程中，我切實的增加了查找資料、分析資料的能力，並且動手計劃自己的行銷方案，儘管有非常多的不足，時程安排上也沒有周密的考慮可行性，但還是自己獨立完成一個大型報告，非常有成就感。我認為自主學習計劃能夠調動自身安排事情與執行的能力，並且拓展自身的視野，對於自我學習來說是很好的幫助。

三、 第三組

(一) 教師與助教課程指導紀錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/3/24	受指導組別	第三組
地點	線上視訊	受指導次數	第 1 次
受指導對象	楊叢林		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	1. 討論自主學習計畫書的書寫， 2. 確定自主學習計畫的選題與具體工作內容， 3. 計畫內容與進度規劃部分與預期效益部分都存在需要修改的地方。		
具體建議與解決方案	1. 刪去計畫中關於展板設計的部分，將工作重點放在觀眾推廣和博物館宣傳的部分。 2. 修改計畫書中計畫內容與進度規劃部分，細化到六月之前的具體工作內容規劃。 3. 修改預期效益的部分，精確到個人在學習中的預期做法。		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/4/24	受指導組別	第三組
地點	線上視訊	受指導次數	第 2 次
受指導對象	楊叢林		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 討論所選博物館的周圍環境並進行分析。 2. 博物館所處位置相對較偏，而且館內展品也不算豐富，自發來看藏品或者了解歷史事件的遊客較少，多為學校組織的學生參觀。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 按照課堂所提格式系統按照周圍環境、內部環境、消費者和競爭者主要四個方面進行分析。 2. 在後續行銷方案方面，也許可以考慮和附近的船政文化博物館合作，推出親子活動吸引家庭群體消費者。並且可以考慮發展一下文創產品，類似的故居或博物館大都有了自己的吉祥物和文創產品什麼的，但馬江博物館在這一塊似乎沒有任何發展。 		
後續追蹤	由於馬江海戰博物館的展場內容較少，所以可能比較觀眾重複來參觀，也許可能考慮辦活動吸引家庭為單位的消費者來訪。		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第三組
地點	線上視訊	受指導次數	第 3 次
受指導對象	楊叢林		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 討論企劃書內容與具體活動部分，都存在需要修改的地方。 2. 完善企劃書的內容與表達形式。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 修改格式，增加圖表的使用，嘗試將部分內容轉化為圖表的形式呈現。 2. 明確目標消費群體，並且嘗試分析該目標群體。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/9	受指導組別	第三組
地點	線上視訊	受指導次數	第 4 次
受指導對象	楊叢林		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 討論行銷企劃案的現有疏漏和不足，豐富完善行銷企劃案的內容。 2. 完善企劃書的內容與表達形式。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企劃書內容與具體活動部分，都存在需要修改的地方。 2. 補完時程規劃和活動預算的部分。將三個活動再做更細緻深入的規劃，並且進一步海報和文創產品的設計與展示效果。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/16	受指導組別	第三組
地點	線上視訊	受指導次數	第 5 次
受指導對象	楊叢林		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 討論行銷企劃案的現有疏漏和不足，豐富完善行銷企劃案的內容。 2. 完善企劃書的內容與表達形式。 3. 海報等視覺呈現的製作。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企劃書內容與具體活動部分，都存在需要修改的地方。 2. 補完時程規劃和活動預算的部分。將三個活動再做更細緻深入的規劃，並且進一步海報和文創產品的設計與展示效果。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：馬江海戰博物館觀眾推廣

二、組別：第三組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶

五、學生姓名與工作分配：

姓名	工作內容
楊叢林	發展有效的廣告與推廣，展覽設計和策劃，研究觀眾人群

六、計畫內容與進度規劃：

時間	計畫進度
2020.4	了解博物館的整體情況和歷史背景，考察博物館附近的交通環境等條件，從而確定目標觀眾群體。
2020.5	設計企劃，並在和老師討論後做進一步修改。在計劃書初步完成後進行修改，且與老師討論行銷企劃案的現有疏漏和不足，豐富完善行銷企劃案的內容。規劃海報等視覺呈現效果。
2020.6	豐富完善行銷企劃案的內容，完善企劃書的內容與表達形式；同期進行 PPT 的製作。另一方面完成海報等視覺呈現效果。

七、預期效益：

最終目標是透過此行銷案之企劃設計，提升馬江海戰紀念館的知名度，增加馬江海戰紀念館的客流量。主要增加年輕群體的觀眾數量，在不計算團體觀眾的情況下，期望每星期客流量達到 300 人以上。

(三) 學生自主學習成果報告

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：2020 年 6 月 24 日

一、課程基本資料

(一)自主學習計畫主題：馬江海戰紀念館行銷

(二)組別：第三組

(三)學生姓名：楊叢林

(四)課程名稱：博物館行銷

(五)指導老師：林玟伶老師

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

首先選定了目標博物館，在確定了博物館後進行博物館周遭環境的考量。在考量馬江海戰紀念館自身環境條件的同時，也參考了與之極其鄰近的船政文化博物館，並將二者各自的條件和環境狀況進行對比。

設計行銷企劃案，並考量其可行性。由於馬江海戰紀念館的資金非常有限，所以預算是非常重要的一個考量標準。

修改行銷企劃案，並且在進一步確認後，補完時程規劃和活動預算的部分。將三個活動再做更細緻深入的規劃，並且進一步海報和文創產品的設計與展示效果。

成效說明與實際產出：



三、學習心得

這段時間的行銷課程學習，讓我感受到了不一樣的學習樂趣，對我的鼓勵非常的大。這門課程可以說是自由度相當高，給予了學生很大的創作自由空間，鼓勵大家構思出有新意又具有可行性的行銷案例。並且在這次課程中，我獨立完成了一個行銷案例，包括海報等視覺呈現，我認為這對我來說是非常珍貴的經驗。

在最後案例完成的時候，我覺得我還有很多沒有完善的地方，時間倉促是一方面，而另一方面我的各項能力還是需要進一步加強的。這次的案例這對我有着很大的幫助，我也有了一些自己的心得，在日後也會繼續努力提升自己的能力。

四、 第四組

(一) 教師與助教課程指導紀錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/3/24	受指導組別	第四組
地點	線上視訊	受指導次數	第 1 次
受指導對象	王立峰		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none">1. 計劃主題名稱需要修改，需要強調行銷內容。2. 計劃內容過於簡單，需要提出詳細的規劃時間表。3. 對於計劃的博物館資料是否容易獲得，可行性的考量。		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none">1. 計劃標題需要打動觀眾，例如本計劃是有關喀什博物館，需突出當地人文特色和博物館的聯結性。2. 進度的部分最好用表格的方式來規劃每周的進度狀況，並自我檢視，根據期末成果報告的行銷計劃書所要求的項目，搭配課程進度來規劃自我學習進度。		
後續追蹤	進度安排，計劃內容		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/4/24	受指導組別	第四組
地點	線上視訊	受指導次數	第 2 次
受指導對象	王立峰		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 對於內部以及外部環境分析過於陳述化的數據，希望更多和發展行銷的部分有更好的連接。 2. 對於資料的運用，可以進行篩選。 3. PEST 分析的部分，需要將所收集的數據，和自己的行銷計劃做串聯。 4. SWOT 的部分用更直觀的優勢/劣勢/機會/威脅來陳述會更加簡明。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 修改之前完成的內部/外部分析的內容，加強與行銷方案的連接。尤其是資料的運用，切記不要只是資料的分析，帶入到博物館的脈絡非常重要。 2. 繼續按照規劃表內容繼續推行，完善調查問卷的部分。 		
後續追蹤	進度安排，計劃內容。		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第四組
地點	線上視訊	受指導次數	第 3 次
受指導對象	王立峰		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 資料稍顯冗雜，使用其他表格材料時，盡可能保持行文的統一性。 2. 文字敘述過多，圖表的表達會使閱讀更加容易，可讀性會更加強。 3. 進度有些落後，需儘快完成問卷，及後期所需之主視覺。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 首先需要統整資料，摘選合適的資料，編輯成所需的文案。 2. 將之前過多的文字敘述轉化成易讀性更好的圖像敘事的方法。 3. 儘快完成問卷並匯整，同時完成自己期末簡報的主視覺。 		
後續追蹤	問卷進度，主視覺進度		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/9	受指導組別	第四組
地點	線上視訊	受指導次數	第 4 次
受指導對象	王立峰		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷計劃進度要加快，圖標製作風格需要統一。 2. 要針對不同的客群設定不同的行銷策略。儘快完成觀眾研究部分。 3. 可以製作視頻的方式來做宣傳。 4. 行銷目的過於宏大難以抓住要點，縮小行銷目的會更好。 		
具體建議與解決方案	<p>先是縮小行銷目的的範圍。借用自己在田野的機會，用拍攝視頻的手法，來做行銷的動態 DM。最後就是做行銷企劃案的美化工程。</p>		
後續追蹤	行銷計劃書、影片、簡報		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/16	受指導組別	第四組
地點	線上視訊	受指導次數	第 5 次
受指導對象	王立峰		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 封面和目錄的部分需要補上。 2. 產品部分的描述過於簡單，需要豐富產品的描述。 3. PPT 製作和影片製作需要儘快處理。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 修改產品部分的描述，突出活動的流程和重點。 2. 視頻製作的部分需要加強藝術性和吸引力，突出主題性和重點。 3. 封面設計要足夠吸睛。 		
後續追蹤	行銷計劃書、影片、簡報		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：尋夢絲路——暢“享”喀什

二、組別：第四組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶

五、學生姓名與工作分配：

姓名	工作內容
王立峰	摘要、行銷目標、環境分析、內部（機構）分析、PEST 分析、競爭者分析、消費者分析、SWOT 分析、行銷策略、計劃時程表、經費預算

六、計畫內容與進度規劃

喀什一直都是中國一個非常具有神秘色彩的城市，是古絲路上一個璀璨的明珠。這裏不僅僅有往來中西貿易的商品，這也是東西方文化交匯的地方。這裏有著不同於漢文化的宗教信仰、不同的飲食文化、不同的生活方式。這裏的異域風情一直都是背包客想要去探尋的。

所以這個計劃就是希望通過喀什博物館和喀什老城（喀什千年的古鎮）的結合，將最原始的生活景觀展現給游客觀眾。讓他們可以體驗當地的生活方式和異域文化。讓游客和觀眾更加瞭解喀什、認識喀什甚至愛上喀什。喀什博物館在這個計劃裏的角色就是通過一系列的活動設計，將博物館品牌和熱門旅遊景點的結合，提供給游客和觀眾更多探索的可能性，同時提高博物館的社會參與。讓喀什博物館可以成為文旅大發展背景下一個先行者。

計劃通過此課程的學習，舉一反三。先瞭解喀什博物館的現狀，通過觀眾分析、產品設計 等一系列方法找到喀什博物館獨特的差異化優勢。通過新的設計，吸引觀眾參訪，形塑獨特的城市文化景觀。將文化資源轉化為文化資本，帶動喀什的文化旅遊的發展。

本次課程，林老師有詳細的課程設計。會介紹博物館行銷的主要內容。每周根據所

學習的課程，拓展運用到自己的計劃課題，進度和老師課程同步。

以下是進度規劃的表格：

時間	目標進度
2020/3/31	提交學生自主學習計劃書
2020/4/7	環境分析——內部（機構）環境分析
2020/4/14	環境分析——PEST 分析
2020/4/21	環境分析——消費者分析
2020/4/28	環境分析——競爭者分析
2020/5/5	SWOT 分析
2020/5/12	SWOT 分析
2020/5/19	行銷策略
2020/5/26	行銷策略
2020/6/2	經費預算表
2020/6/9	經費預算表
2020/6/16	PPT 製作
2020/6/23	文案完成
2020/6/30	修改

七、預期效益：

更加有效的吸收課程內容，將課程理論轉化為一個完整的博物館行銷計劃書。自己的個案的研究與課程內容的結合，更好的將博物館事業和博物館研究結合在一起。希望藉由此次的自主學習將產學聯係到一起，生成的計劃書可提供被研究博物館一些新的可能方案。

(三) 學生自主學習成果報告

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：2020 年 6 月 30 日

一、課程基本資料

- (一)自主學習計畫主題：尋夢絲路——暢「享」喀什
- (二)組別：第四組
- (三)學生姓名：王立峰
- (四)課程名稱：博物館行銷
- (五)指導老師：林玟伶老師

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

首先是訂定主題的部分，剛好這學期有計劃去喀什旅行。所以主題的確定便是喀什老城文旅體驗行銷企劃。這個計劃是喀什博物館和喀什老城的合作計劃案。旨在將喀什的非物質文化遺產可以得到更好的保存。運用無牆博物館的概念，希望游客可以在老城感受維吾爾文化。

在執行過程中，最艱難的應該來說就是問卷調查的部分。需要實地分發問卷，面對形形色色的人做這件事情還蠻特別的經驗。

(二) 成效說明與實際產出：

實際產出有企劃書、影片、PPT。由整個課程梳理了自己的企劃書，計劃由開始的雛形變得更加具體可行。對於探訪的對象後期形成了自己的記錄視頻和解說的 PPT。

三、學習心得

行銷課程在商學院是一門必修科門。今天的博物館已經不再是過去的象牙塔，掌握一定的行銷技能對於博物館專業來說也成爲一種必備素質。

如何將無形的文化資產轉變為有形的物質資源，博物館的行銷充當了重要的角色。通過自主學習和老師的討論，不斷完善自己的計劃書。將構想轉變為可以實踐的方案。豐富博物館的活動的同時，也同時增加博物館的影響力。

相信掌握這一能力，對於即將進入博物館的我們來說至關重要。靈活利用可以利用的資源，增加博物館的附加價值。

五、 第五組

(一) 教師與助教課程指導紀錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/3/23	受指導組別	第五組
地點	線上視訊	受指導次數	第 1 次
受指導對象	黃晨碩		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 主題的不相適應，缺少具體的行銷企劃。 2. 研究對象為臺灣國立故宮博物院，可能存在查詢資料不方便的局限。 3. 進度規劃不具體，沒有落實到細緻的時間段。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 將對象從故宮更改為敦煌研究院，以便數據資料的搜集與查找。 2. 進行計劃書的修改，列出具體的學習步驟。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2002/4/16	受指導組別	第五組
地點	線上視訊	受指導次數	第 2 次
受指導對象	黃晨碩		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 總體進度偏慢，未進入相應的具體分析環節。 2. 沒有足夠的數據支持，因而調查略顯片面不夠直觀。 3. 數據搜集有難度，信息繁雜，部分資料欠缺。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 盡快開始數據收集，經過篩選過濾選取最有價值的信息。 2. 開始產出文字內容，構建文本框架。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第五組
地點	線上視訊	受指導次數	第 3 次
受指導對象	黃晨碩		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. PEST 分析的內容較籠統，和主題相關的信息不多。 2. 書面文字過多，缺少表格等直觀的資料。 3. 消費者分析部分有待深入。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 從過多的信息中篩選關聯性較大的加以利用。 2. 將數據生成簡明直觀的圖表等形式。 3. 對消費者的分析應該結合具體產品的定位來進行細化，從年齡、經濟收入、個人偏好等層面來深入分析。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/9	受指導組別	第五組
地點	線上視訊	受指導次數	第 4 次
受指導對象	黃晨碩		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 缺少目錄。 2. 行銷策略方面：與星巴克的聯結有待深入；欠缺目標消費者的二次分析； 3. 未列出商品具體定價；經費預算表欠缺。 4. 計劃時程表的時間過短。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 補充目錄。 2. 找準定位，從歷史脈絡等方面深入探討星巴克與敦煌的合作關係，尋找其中的合理性和價值性。 3. 對目標消費者的進一步分析，結合星巴克商業定律進行商品定價。 4. 合理規劃流程，修訂計劃時程表的正常時間範疇。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/16	受指導組別	第五組
地點	線上視訊	受指導次數	第 5 次
受指導對象	黃晨碩		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷策略缺少後續宣傳。 2. 計劃時程表羅列不清晰。 3. 經費預算表不完整。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 補充行銷策略中對應的宣傳部分。 2. 計劃時程表改用甘特圖的形式呈現。 3. 從整體上考量企劃案經費預算的使用，列出盡量多的層面。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：從「遺址」邁向生活——敦煌文化元素之活化

二、組別：第五組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶

五、學生姓名與工作分配：

姓名	工作內容
黃晨碩	環境分析/觀眾研究/市場比較/行銷策劃/產品設計/宣傳策略

六、計畫內容與進度規劃

本人研究的對象是敦煌研究院。首先要全面地了解該院近幾年來的營銷情況，結合其內部環境、社會政經環境、政策導向、宣傳策略等，分析其現有和潛在的消費對象與消費市場所在，以及對比市場上的競爭者。最後通過與品牌公司 Starbucks 聯名合作推出專屬的文創商品，在敦煌研究院文創 IP 的發展道路上篆刻下里程碑。

主要通過課上與課外相結合的學習方式。運用課上的概念性知識，脈絡化地代入進行剖析。在課外的自主學習時間，通過閱覽書籍文獻、網路、館所檔案等來搜集資料。具體的進度規劃則是：

- (一) 三月末~四月上旬——對敦煌研究院當前環境（包括區位環境、營銷環境等）作大體性的了解，進行 PEST 分析
- (二) 四月中旬~四月末——分析其現有的和潛在的消費對象、消費市場，同時比較消費市場上的競爭者，找到自己的優勢與不足
- (三) 五月初~五月中旬——進行有關政策導向、營銷策略、宣傳途徑等的搜集資料，開始生成 SWOT 分析
- (四) 五月下旬~六月上旬——學習已有的市場成功案例，結合已生成的 PEST 與 SWOT 分析，尋找合適的品牌與廠商進行合作
- (五) 六月中旬~六月下旬——進一步優化合作的細節，定位最終的產品內容

七、預期效益：

通過課上的系統性學習，以及課下的自主學習，做到理論與實際相結合，對“行銷”這一概念有充分的認知。同時對敦煌研究院這個實體博物館有全面的了解，提升自己挖掘資料、發現問題并解決問題的能力，以及推陳出新、結合社會實際的創新意識。

(三) 學生自主學習成果報告

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：2020 年 6 月 30 日

一、課程基本資料

- (一)自主學習計畫主題：從遺址邁向生活——敦煌文化元素之活化
- (二)組別：第五組
- (三)學生姓名：黃晨碩
- (四)課程名稱：博物館行銷
- (五)指導老師：林玟伶

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

1.由於是自己獨自一組，所以主題的確定不存在商討協商的問題。最後選擇以敦煌研究院為對象進行方案策劃，是因為之前做相關研究的過程中對它有所了解，加上它的文創產業也具有一定影響力，值得進一步探討。

2.分工方面，主要由自己獨立完成，中間進度有拖慢，不過最終還算準備完成。

3.最主要的問題是部分官方的數據沒有可以獲取的渠道，最後只能由自己取捨篩選來解決。

(二) 成效說明與實際產出：

最終的學習成效主要體現在生成的企劃書文本，PPT 報告，和視覺呈現海報上。整份企劃的結構完整，前期分析也較全面，尚且需要改善的地方則是後續營銷策略部分，與合作對象的聯結上還存在圓說完善的空間。

三、學習心得

個人認為，本學期的自主學習是研究所生涯中自我學習的一次合理探索。因為上升到研究所階段，對比以前，學生不再只是被動地接受課堂知識的輸送，比如研究一個課題，需要的更多是自主發現并提出問題的能力。因此，自主學習的模式是有利於著方面的補強，同時指導老師週期性的交流反饋，也有效規避了學生在學習過程中陷入困境止步不前。不過比較遺憾的點是，因為線上上課的緣故，加上獨自一組，缺少了和同學間相互合作項目的一次機會，也相應地增加了任務量。不過總體而言，整個學習過程是呈現正面意義的。

六、 第六組

(一) 教師與助教課程指導記錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/3/24	受指導組別	第六組
地點	老師研究室	受指導次數	第 1 次
受指導對象	黃玉梅		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	討論行銷企劃報告書規劃與進度分配。		
具體建議與 解決方案	擬定行銷企劃報告書。		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/4/21	受指導組別	第六組
地點	老師研究室	受指導次數	第 2 次
受指導對象	黃玉梅		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 確認台博哇「卡」讚-會員卡推廣計畫分項 2. 行銷企劃報告書執行進度 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 摘要 2. 行銷目標 3. 環境分析--- 4. 內部（機構）環境分析 <ol style="list-style-type: none"> (1) PEST 分析 (2) 競爭者分析 (3) 消費者分析 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第六組
地點	老師研究室	受指導次數	第 3 次
受指導對象	黃玉梅		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 討論台博哇「卡」讚-會員卡推廣計畫的行銷策略。 2. 行銷企劃報告書執行進度。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 環境分析 <ol style="list-style-type: none"> (1) 內部（機構）環境分析 (2) PEST 分析 (3) 競爭者分析 (4) 消費者分析 2. 藉嘖嘖募資平台推沉浸劇場，吸引會員辦卡。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/9	受指導組別	第六組
地點	老師研究室	受指導次數	第 4 次
受指導對象	黃玉梅		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 確認名稱---台博番薯卡「辦」起來-會員卡推廣計畫的行銷策略 2. 行銷企劃報告書執行進度 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. SWOT 分析 2. 行銷策略 3. 計畫時程表 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/ 16	受指導組別	第六組
地點	老師研究室	受指導次數	第 5 次
受指導對象	黃玉梅		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 確認 PPT 完成度 2. 行銷企劃報告書執行進度 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 經費預算表 2. 影片完成 3. 海報初稿完成 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：國立台灣博物館會員卡

二、組別：第六組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶

五、學生姓名與工作分配：

姓名	工作內容
黃玉梅	全責

六、計畫內容與進度規劃

由國立臺灣博物館進行古蹟修復再利用為臺博館北門館，將預計於今年以具有現代性意義的博物館之姿重新與大眾見面，揭開臺灣現代化科技發展的序幕。遍及忠孝西路、塔城街、鄭州路、延平北路之間，目前街廓內仍維持日本時代基本形貌，其建築物之構造形式多樣，表現出各時期之建築工藝水準，目前已完成的修復標的包括廳舍、食堂、八角樓、電源室、工務室、防空洞等六棟國定古蹟建築。

屆時北門館即將以現代性展示主題，串聯臺博本館、古生物館、南門館等，為臺灣博物館增添全新氣象。為服務更多廣大民眾，將推出台博四館聯合會員卡(收費)，讓觀眾在會員效期內免費參觀各館，並享受專屬優惠及活動。

台博會員卡行銷概念如下：

使命/這座自然科學博物館，蒐集所有關於臺灣的動植物、礦物同時將昔日消失的歷史文物陳列出來，對世界學術產生貢獻。

目的/以自然科學博物館為主的思維，作為一種文明標識的重要性。

目標/讓台灣人以及來到台灣的外國人，能藉由臺灣各樣自然產物，來了解認識這塊土地。

策略/愛地球更要愛台灣，切身認識台灣，才能真正落實愛台灣。

戰術/

1. 台博四館聯票優惠

2. 博物館大聯盟——一卡在手，享台灣 9 大博物館參觀優惠，包括國立故宮博物院、國立臺灣科學教育館、國立自然科學博物館、國立科學工藝博物館、國立海洋科技博物館、國立臺灣博物館、國立歷史博物館、國立臺灣歷史博物館、國立臺灣史前文化博物館等。

3. 生日壽星優惠。

4. 近期沉浸劇場在全球掀起風潮，藉此可提升辦卡吸引力，因此推出---

早鳥辦卡禮—提供 50 個沉浸劇場名額，額滿為止。在 7 月底前辦卡即可享有以下福利卡種共分 3 種：番薯卡、番薯藤親子卡、皇帝薯 VIP 卡（相傳清朝嘉慶君遊台灣，因貪玩錯過旅舍借宿在農家時，吃了農夫招待的甘藷，讚不絕口，因此竹山蕃薯也稱「皇帝薯」）

5. 台鐵 x 台博強強聯手——持台鐵票根可享台博四館優惠，持台博票根搭乘台鐵享優惠。集票根換購台鐵便當

進度規劃：

行銷企劃課程進度	行銷企劃報告規劃進度
03/24 擬定自主學習計畫書	確定主題、摘要、使命(第 1 次課程指導)
04/07 消費者與競爭者分析	擬定行銷目的、目標
04/14 目標市場與定位、市場區隔	PEST 分析---1.政治
04/21 市場研究討論	PEST 分析---2.經濟(第 2 次課程指導)
04/28 行銷組合：產品與定價	PEST 分析---3.社會
05/05 行銷組合：通路、促銷	PEST 分析---4.科技
05/09 與台博館業師進行校外討論	(第 3 次課程指導)

七、預期效益：

如何讓民眾有申請意願，是這個報告的主要核心。行銷目標為三個月招募 300 名會員卡卡友。

(三) 學生自主學習成果報告

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：109 年 6 月 28 日

一、課程基本資料

- (一)自主學習計畫主題：台博番薯卡「辦」起來---會員卡推廣計畫
- (二)組別：第六組
- (三)學生姓名：黃玉梅
- (四)課程名稱：博物館行銷
- (五)指導老師：林玟伶老師

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

- 1.如何訂定主題—與台博館百年品牌形象相結合，因此訂為「番薯卡」。
- 2.執行狀況—與老師及業師討論，並至台博鐵道館實地參訪，增加思考面向。
- 3.遇到什麼難題—獨力製作海報及完成影片，都是較新的挑戰。

(二)成效說明與實際產出：



三、學習心得

第一次接觸行銷課程，剛開始只有粗淺模糊的概念，但經由老師一堂堂課深入淺出的資料講解，再加上許多包括荷蘭博物館、英國 V&A 博物館、美國大都會博物館等

案例的分享，慢慢在腦海中就出現雛型，再加上業師的熱心指導與實地參訪，讓思考中的行銷計畫慢慢有了輪廓。

而在一對一的計畫指導中，更能藉由有效率的討論與修正，確認一步步走上軌道，循序漸進的完成行銷計畫期末報告。第一次製作需要許多圖表的 PPT，再加上海報及影片的製作，過程壓力頗大，一度覺得自己快喘不過氣，但感謝老師一路的指導、支持和鼓勵，讓我終能挺過難關，交出成果。

聽了老師的行銷課，最大的體悟是行銷不該只是告訴你的對象，你要銷售的產品，先讓受眾了解「WHY」為什麼要銷售才是更能打動人的核心手法，這讓我從中得到啟發，這個行銷觀念，應該是我這堂課的最大收穫。

七、 第七組

(一) 教師與助教課程指導記錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeee@gmail.com

時間	2020/3/24	受指導組別	第七組
地點	老師研究室	受指導次數	第 1 次
受指導對象	陳詩安、余彩瑄		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自主學習計畫書中「計畫內容與進度規劃」的日期及截止日安排不夠明確。 2. PEST 環境分析中政治與經濟方面的分析內容若重複應如何調整？ 3. 機構內部環境分析方式的確認。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對問題 1，將「計畫內容與進度規劃」的日期調整為幾號到幾號的形式呈現；自主學習計畫進度亦配合日程更新。 2. 針對問題 2，指導老師建議政治與經濟方面的環境分析內容若有重複仍以分開描述為原則。 3. 針對問題 3，指導老師建議機構內部環境分析仍要進行分析。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/4/21	受指導組別	第七組
地點	老師研究室	受指導次數	第 2 次
受指導對象	陳詩安、余彩瑄		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 內部機構環境分析檢討 2. PEST 分析檢討 3. 競爭者分析提問：競爭者分析應針對臺博館本身亦或是活動分析？ 4. 消費者分析檢討 5. SWOT 分析檢討 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對問題 1,各項數據和文字量太多的盡量改以圖表或表格呈現。 2. 針對問題 2,將趨勢的分析年數擴大至五年以上才能看出明顯起伏,並改用折線圖一目瞭然。 3. 針對問題 3,針對臺博館本身分析即可。 4. 針對問題 4,各項數據和文字量太多的盡量改以圖表或表格呈現。 5. 針對問題 5,檢視內部劣勢與外部威脅的差異,重新安排內容配置;SWOT 分析完成後補上 SWOT 表格。 6. 各項分析內容若無法自行蒐集到,再集中問題清單詢問郭學長。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/9	受指導組別	第七組
地點	Notch 咖啡工場站前店	受指導次數	第 3 次
受指導對象	陳詩安、余彩瑄		
指導老師	林玟伶、郭元興		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 詢問戲劇導覽培訓的部分，網路上有擬訂課程大綱，想詢問是否有比較詳細的課程規劃？ 2. 詢問與戲劇導覽有關的臉書後臺貼文觸及率？ 3. 限制一場 20 人，那其他參觀觀眾也可以中途加入嗎？ 4. 此專案大概的預算編列及花費？ 5. 此專案執行的人力？ 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 培訓以表演能力、劇本、相關角色、故事熟悉以及展場主題為核心，劇本由主辦團隊起草，但先讓學員了解背景以及展覽脈絡，才將劇本給學員。 2. 詳細的貼文觸及率已給檔案，其中以徵選種籽以及成果的貼文點閱數最高。 3. 當初在專案擬定的時候，就有預估會有剛好來看展的民眾會停留一起觀賞，所以是有開放中途加入的。 4. 相關的預算編列以及花費參考檔案，約十二、三萬左右，行銷預算約為其中的一到三成。 5. 以此專案來說，本館負責此專案的只有郭元興學長以及一名實習生，另外就是邀請的果陀劇場人員以及一位委託協助案子統籌的原台南大學教授陳韻文老師。 6. 郭元興老師提出希望期末報告可以加重招募階段之行銷策略之比例。 		

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第七組
地點	老師研究室	受指導次數	第 4 次
受指導對象	陳詩安、余彩瑄		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 目前進度內容檢討 2. 報告當天的注意事項 3. 行銷策略 STP 中，確定定位方面該如何描述？ 4. 計畫時程表的安排方式 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對問題 1，行銷策略部分增加數據以使目標更明確；表格需再製並統一格式，其他能圖表化的文字改以表格或圖表為佳。 2. 針對問題 2，當天報告需準備行銷主視覺之海報或短片。 3. 針對問題 3，STP 的 Position 確定定位係為說明行銷內容與其他競爭者的差異處，使其更顯突出。 4. 針對問題 4，計畫時程表可以利用不同市場做區隔和規劃。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/9	受指導組別	第七組
地點	老師研究室	受指導次數	第 5 次
受指導對象	陳詩安、余彩瑄		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 老師針對報告內容提出兩點建議： 2. 分析部分與後面行銷策略連結性需再加強，分析部分可再精簡。 3. 行銷主題可增加創意性重新命名 4. 行銷策略的部分可以以「線上用戶」專門制定行銷策略 5. 行銷目標若加入數據佐證，可從哪些資料估大概數據？ 6. 提出與「木曜四超玩」合作之行銷策略，但考量預算成本，可能須以專案處理。 7. 預算中的餐費是否可以刪減部分預算？ 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 報告會再精簡，行銷主題名稱會再討論是否更名。 2. 參考數據可從臉書觸及率平均數為基底去估上升大概多少%，以目標過去數據類推估數據。 3. 「木曜四超玩」之行銷策略可以作為專案，放置於行銷策略後面提到。 4. 餐費可以刪減，但須考量是否會影響報名學生的參與意願是否會跟著影響，或是有其他替代誘因 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/16	受指導組別	第七組
地點	老師研究室	受指導次數	第 6 次
受指導對象	陳詩安、余彩瑄		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 報告簡報檢討 2. 行銷策略調整 3. 市場區隔與目標市場、確定定位調整 4. 企劃書文檔檢討 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對簡報，建議將太長的文字篇幅縮減，摘要式即可。另外，內外部環境分析在簡報上的比重可以減少。 2. 針對行銷策略，建議再次思考一些行銷策略內容的可行性和是否要另立專案去規劃。 3. 市場區隔所容納的範圍應比目標市場大，邏輯上需重新調整編排。確定定位中的「定位」是指專案本身的定位而非館舍本身的。 4. 企劃書文檔中計畫時程表內容有誤需調整，以及因為報告當天文檔將以彩色印刷，建議文檔可使用一些色彩。 		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：期末行銷企劃規劃

二、組別：第七組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶 老師

五、學生姓名與工作分配：

姓名	工作內容		
陳詩安	PEST 分析、競爭者分析	SWOT 分析、 行銷策略設計、 策略時程規劃	簡報設計
余彩瑄	內部(機構)環境分析、消費者分析		文本統整、海報設計

六、計畫內容與進度規劃

日期	當週課程進度	自主學習計畫進度
2020/3/17-23	博物館環境與環境分析	完成行銷企劃主題、企劃內容大標及分工
2020/3/24-30	自主學習週	內部(機構)環境分析、PEST 分析
2020/4/8-14	消費者與競爭者分析	消費者分析、競爭者分析
2020/4/15-21	自主學習週	SWOT 分析、行銷策略初步討論
2020/4/28-5/14	行銷組合：產品與定價 行銷策略與方法：通路 及促銷、媒體與科技運 用	行銷策略、策略時程規劃
2020/5/15-25	自主學習週	行銷策略規完成及調整、細修
2020/5/26-6/14	博物館內外部品牌建構	完成及細修企劃書，企劃書簡報、視覺海 報
2020/6/14-6/22	自主學習週	企劃書簡報排練
2020/6/23	期末成果報告	企劃書發表

七、預期效益：

- 透過本次企劃提案的機會學習行銷概念與提案方法。
- 透過本次小組企劃合作學習團隊溝通、分工與解決問題的方法。
- 透過自主學習，培養時間管理的觀念。

(三) 學生自主學習成果報告

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：109 年 6 月 25 日

一、課程基本資料

- (一)自主學習計畫主題：期末行銷企劃規劃
- (二)組別：第七組
- (三)學生姓名：陳詩安、余彩瑄
- (四)課程名稱：博物館行銷
- (五)指導老師：林玟伶 老師

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

1.如何訂定主題？

本組與業界教師郭元興老師負責執行之國立臺灣博物館《發現臺灣 戲劇導覽》專案合作，針對《發現臺灣 戲劇導覽》的種籽學員招募發想行銷企劃。

2.分工分配及執行狀況？

本組的行銷策略的執行步驟搭配博物館行銷課的課程進度，從內部環境分析、PEST 分析、競爭者分析、消費者分析至 SWOT 分析及策略行銷 STP，逐步完成行銷策略。在前面分析階段的分工，我們依照內外部環境方面的分析分成彩瑄負責內部環境分析及消費者分析，詩安則負責 PEST 分析及競爭者分析。從 SWOT 分析開始由於需要綜合內外部環境分析的結果，因此由兩個人共同討論。最後在行銷報告的準備上，先由兩人共同修改行銷計畫書內容後，詩安負責製作報告簡報，彩瑄負責確認行銷計畫書的排版和格式及繪製主視覺海報。

3.是否遇到什麼難題？

不論是在分析或行銷策略發想過程中陸續都有遇到一些不知道如何操作的地方，但因為有自主學習討論週的安排，有問題的時候都能在討論期間詢問老師。其他在分工合作上並沒有遇到什麼困難。

(二) 成效說明與實際產出：

透過一學期的課程和課餘時間與彩瑄一起討論和向老師請教的過程，我們完成了

一份完整的行銷企劃，也希望能更簡單說明，將企劃書內容簡易化製作、設計成簡報 P P T，最後將理念視覺化設計成一份海報。在實際報告上提供企劃書文件給評審、簡報 P P T 投射於螢幕以及將海報貼於牆面上展示行銷理念核心，完成一次企劃書提案報告。(相關產出均於其它附件中呈現)

三、學習心得

● 詩安：

這次的行銷策略課程的安排真的讓我學到很多東西。每隔幾週的課程讓我對行銷的每一個步驟有初步的了解後，在自己查找資料、和彩瑄利用課餘時間討論以及透過自主學習週與老師詢問的過程中更加深對行銷的了解，最後依據專案情況寫出一份行銷策略企劃案。當然學期中也有遇到一些問題，遇到問題時我和彩瑄就一起討論或是詢問老師，不斷的從企劃案內文的串連是否緊密以及完整去溝通、確定是否還需要補充一些資料，其中分析整合的部分也學到很多，要考量博物館以及專案整個內外環境分析再去做策略是一件有些考驗邏輯、創意以及盤點的事情。

整個過程的步調安排不僅感覺有學習到東西，更能實際把企劃案交給專業的博物館員請他評比以及給予意見，是一個非常好的學習經驗。

● 彩瑄：

這是第一次參與自主學習課程計畫，也是第一次上有關行銷的課程。對於行銷毫無背景概念的我，於學期初知道要在期末產出一份完整的行銷計畫時感到有點不知所措。不過在老師扎實的課程安排下，搭配課堂上的學習以及自主學習週和老師的討論，能順利的完成每次進度。每次自主學習週討論後撰寫課程指導記錄表也能幫助我們回想討論內容、對老師的建議更加印象深刻。

另外除了課堂上的學習和自主學習週跟老師的討論，我們也利用課餘時間約在外面一起腦力激盪寫行銷計畫，一次次的討論過程中也越來越建立團隊默契。當最後一堂課呈現完整的行銷計畫和看到一起設計的主視覺時也覺得非常有成就感，也從老師及業界教師的評語中獲得了未來進入博物館實務上的寶貴建議。

八、 第八組

(一) 教師與助教課程指導記錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/3/24	受指導組別	第八組
地點	老師研究室	受指導次數	第 1 次
受指導對象	王郁棋		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none">1. 未確實列出計畫進度表。2. 初次擬列計畫研究方向錯誤，故老師給予全面建議及指導。		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none">1. 討論並修正計畫書內容，老師建議如下：2. 「PEST」分析改成表格。3. 先從台博的角度來分析行銷內容，根據台博的優缺點來規畫，而非直接跳到 720 專案上。4. 經濟分析：探討政府補助哪些項目，及歷年補助金額增減5. 社會分析：思考台博會吸引哪些觀眾群；並指導社會分析與新冠肺炎無直接關係，但仍可稍加補述。6. 科技分析：探討 3C 使用人口增長，及 5G 趨勢等。		
後續追蹤	於課後立即進行計畫書改正，及增加進度表項目。		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/4/21	受指導組別	第八組
地點	老師研究室	受指導次數	第 2 次
受指導對象	王郁棋		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 檢討並修正已完成部分：「臺博館總論」之文章內容 2. 報告 PEST 分析撰寫近況： <ol style="list-style-type: none"> (1) 文化部無相應補助，需詢問郭元興老師計畫補助來源。 (2) 詢問郭老師相關技術來源，了解原理是否與 Google arts 相似？ 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 檢討並修正已完成部分：「臺博館總論」之文章內容 詢問該專案是否不算「線上特展」？老師認為可將此歸類為「線上導覽」而非「線上策展」，主要目的為讓觀眾在網上即可觀賞臺博全貌，且若角度允許，有些特展的文字亦可透過 720 度專案清楚觀覽。觀眾至少須對臺博有一定的認識後，自然會被吸引走進博物館廳內。 2. 報告 PEST 分析撰寫近況： <ol style="list-style-type: none"> (1) 老師建議「社會分析」部分若臉書或網路無相關遊客評價，則可考慮找親朋好友作市場調查，藉由訪問親友對此專案的好感度，來模擬臺博館最適合的觀眾客群。我則想到可同時調查「720 度專案」及「google arts」，請觀眾比較兩者異同，並以調查結果為主作主要的社會分析內容。 (2) 此外，老師提到不一定每個專案皆符合 PEST 分析中的四種面向，因此須調查清楚專案屬性，若無相關面向只好省略然需詳述原因；但現階段仍先以詢問郭老師及自行調查結果為主，試著盡量分析結果。 		
後續追蹤	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完成「臺博總論」未完成部分，並盡速完成 PEST 分析中的前兩項。 2. 暫定 5/13 上午與郭元興老師會談，屆時將詢問上述提到的 PEST 分析中未能找到的相關問題。 		

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/9	受指導組別	第八組
地點	臺博館附近咖啡廳	受指導次數	第 3 次
受指導對象	王郁棋		
指導老師	郭元興、林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 由於在官網公告的預算書內並沒有看到相應的經費內容，因此想請問該專案的經費來源及預算為何？是館內資金亦或是文化部補助？希望知道此項答案以利 PEST 分析中的「經濟環境」分析。 2. 此項環景專案所用技術為何？是否與 Google arts 類似？想知道此項答案以利 PEST 分析中的「科技環境」分析。 3. 請問該專案有無時間限制？是永久的展覽嗎？是從何時開放的？ 4. 有無想過可以與學校生物課等自然科連結，先讓老師在班上帶領大家看這個環景內容，一邊跟學生介紹臺博，最後再吸引自然科老師帶領學生來臺博移地教學？ 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 該專案為台博館編列預算，為每年「教育推廣業務費」中的固定預算，由專案小組內部依業務分配資金，大約有 20 萬左右的金援提供。該專案無特別政策輔助，但有參照「文資局」的推廣計畫，並且文化部資訊處有一共購平台，全台各館若想製作環景，便可在此平台上找尋資源，而做成後也須在平台上登錄資料。 2. 該技術為易取得低成本類型，許多工具網購便可購得，並且是與「3D 建構」的廠商合作，廠商報半價，最後僅用十萬即完成此項專案。與 Google's art 類似但不全然相同，Google's art 僅作簡易拍攝，但此專案目的在於「高畫質拍攝」，因此目的不盡相同。 3. 無時間限制，規劃為永久展覽。 4. 郭元興老師建議：希望製作該企劃能以行銷「老年族群」為主，例如「怎麼讓老年觀眾在現實上可使用這個網站」、「這樣的環景設計可利用何種脈絡依循」等。 		

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第八組
地點	老師研究室	受指導次數	第 4 次
受指導對象	王郁棋		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 行銷企劃必備之主題、格式及表格等要素。 討論「行銷策略」的初步發想規劃。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 建議在開始發想策略前，必須定義好兩至三個「目標市場」，例如主題是高齡群眾行銷，那可依據高齡主題延伸，如「退休高齡」、「獨居高齡」，或用年齡層來區分等。 討論「行銷策略」初步構想中，指出需依據「產品」、「價格」、「行銷活動」等三方面來作初步發想。例如以「線上博物館」為主題，那麼產品就是該線上博物館；而由於該網站免費瀏覽因而價格免費，至於行銷活動需自行依目標市場提出構想。 希望目標市場為「長住在台北車站附近或台北地區的老年人」，因臺博館北門環景專案是針對前身為清代至日治時期之舊台北火車站的重建為主，本身為前朝重要歷史建築，相當適合熟悉台北地景的老年人回味年輕生活，故希望舉辦「憨孫哪，聽阮講台北故事」的影片徵件活動，讓家人陪伴阿公阿嬤使用環景，並鼓勵他們看北門的時候能說出自己年輕時對台北的記憶並錄影剪輯，之後由館員上傳至臺博臉書讓大家投票，優勝者有獎金的活動。老師回饋須注意獎金金額及考慮會否有人投稿等事宜。 		
後續追蹤	修改前段落 SWOT 分析，並陸續為行銷活動構想作出實際策劃。		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/9	受指導組別	第八組
地點	老師研究室	受指導次數	第 5 次
受指導對象	王郁棋		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 繳交行銷企劃初稿，老師給予相應指導。 少撰寫「消費者分析」、「競爭者分析」主題。 甘特圖時程須再拉長。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 整體方向好，但是報告須再細緻化和統整一點，目前版面版型比較混亂需調整。 行銷目標：需表達如何藉由行銷活動達到哪些質性（如怎麼提升知名度），或量化的目標（如增加點閱率、實際有多少人參與）。 訪問的部分：調整放到「消費者分析」、「競爭者分析：相關類似的產品」，如有一樣在做線上博物館的館舍則要互作比較。 行銷策略：產品策略／產品分析改用 SWOT 分析。 網路投票：除了讓觀眾投票外，需要再加評審審查（通常需要外聘評審、和館內評審），網路投票只能設定為人氣獎。 甘特圖：加上籌備期/效益評估/成果報告期間。 加上目錄/頁碼。 		
後續追蹤	6/19 討論 PPT、及影片製作成果		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/16	受指導組別	第八組
地點	老師研究室	受指導次數	第 6 次
受指導對象	王郁棋		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 討論企劃的「視覺」呈現方式。 2. 將企劃文書修整得更具體、排版更加整齊。 3. PPT 須更精簡。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 討論視覺影片如何呈現，現場操作給老師看實品呈現效果。 2. 企劃排版尚未修整得更加齊整，故協助我修整得更整齊。 3. 共同檢視 PPT，查看哪些頁數可以略過，哪些內容須詳細說明。 		
後續追蹤	6/23 期末報告發表會		
備註	無		

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：720 度線上博物館發表(國立臺灣博物館)

二、組別：第八組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶老師

五、學生姓名與工作分配：

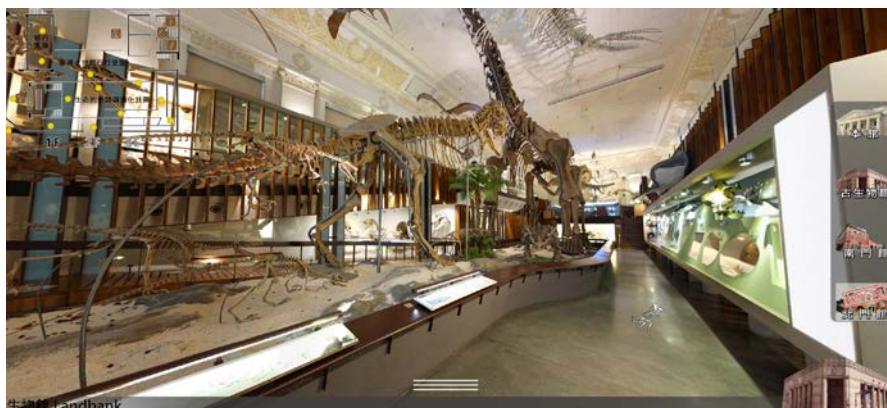
姓名	工作內容
王郁棋	全責

六、計畫內容與進度規劃

計畫內容：

「720 度線上博物館發表」為臺博館環景主題網站，位列臺博館官網「線上展覽」專區。觀眾只要上官網查詢便可直接體驗線上觀展的樂趣。官方內容表示：不論是穿戴 VR 眼鏡，或是透過電腦、智慧型手機，均可如身歷其境的進入博物館內，觀看建築陳設、展場內部特色，並可閱覽古蹟歷史。

然而，在老師提供的該專案遇到的「館方需求與面臨問題」，提到：由於台博館各館舍均為古蹟建築，720 度藏品的特色將不是藏品而是建築本身。因此我特別去該網站觀覽，卻發現該網站之說明系統原本就是以「建築」為主要闡述對象，而點擊藏品卻未有任何解釋出現，故很顯然，觀眾本就會認為此網站在推廣的是建築本身，而非專案想讓觀眾了解的藏品本身。



(圖為 720 度線上展覽官網，點擊藏品無資料顯示)

進度規劃：

日期	期望進度
2020/3/24-3/31	討論週：確定主題並修正計畫書；蒐集 720 度線上博物館相關資料等。
2020/4/1-4/7	1. 台博優勢與劣勢研究：先從台博的角度來分析，著重在台博有哪些優與劣勢。 2. 全面了解 720 專案：透過官網及臉書找找有無遊客評論等。
2020/4/8-4/14	※經濟分析資料蒐集 1. 此週課程進度為競爭者與消費者分析，可帶入 PEST 中的經濟分析，依據老師給的課程講義來進行報告修正 2. 經濟分析：政府補助資料蒐集。閱讀台博館 108 年及 109 年單位預算書尋找政府對該專案的相關補助，及閱讀文化部該兩年預算決算書，並紀錄重點以利後續研究。
2020/4/15-4/21	※社會分析資料蒐集、專案總論介紹完成 1. 此週課程進度為市場區隔、目標市場與定位，可以根據講義內容修正 4/1-4/7 擬定的台博館優劣勢分析，最後做專案的總體描述等。 2. 社會分析資料蒐集：依據市場區隔，分析台博會吸引什麼樣的觀眾，這些觀眾適合的宣傳取向為何？可上臉書尋找遊客評價，或看新聞訪談等來蒐集資料。
2020/4/22-4/28	社會與經濟部分初步完成 討論週： 此週與老師討論時希望能完成專案總體論述、經濟分析資料蒐集完成（探討蒐集到的政府補助呈現什麼樣的趨勢，例如哪些方面受到補助？補助金額歷年有無往下或上升？）、社會分析資料蒐集完成（探討台博觀眾群、觀眾取向等）
2020/4/29-5/5	※政治分析資料蒐集：尋找文化部對於台博館有哪些政策規範、補助條款等，並紀錄重點以利後續研究。政治分析資料蒐集（連結經濟分析的補助政策，探討相關法案等）
2020/5/6-5/12	※5/9 與業師台博館郭元興老師面談 談論重點：

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 該專案為台博館編列預算，為每年「教育推廣業務費」中的固定預算 2. 該技術為易取得低成本類型，許多工具網購便可購得，並且是與「3D 建構」的廠商合作 3. 郭元興老師建議：希望製作該企劃能以行銷「老年族群」為主
2020/5/13-5/19	5/18 由郭老師帶領訪問北門館；PEST 分析全面完成；開始寫 SWOT 分析
2020/5/20-5/26	討論週：依據師長指示修改行銷活動方案與規劃討論
2020/5/27-6/2	SWOT 分析完成、策畫行銷策略方案、大綱完成
2020/6/3-6/9	企畫書製作；PPT 製作、DM 設計；影片拍攝
2020/6/10-6/16	討論週：企畫書討論與修改、製作 PPT、影片剪輯完成
2020/6/17-6/23	期末報告
2020/6/24-6/30	修正書面報告並繳交

七、預期效益：

由於不確定是以臺博館角度撰寫，抑或學生角度撰寫，故希望與老師討論後再撰寫預期效益內容。

(三) 學生自主學習成果報告

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：109 年 6 月 27 日

一、課程基本資料

- (一)自主學習計畫主題：國立臺灣博物館「720 度線上博物館發表」攝影徵件活動—〈憨孫哪，聽阮講台北故事〉企劃報告
- (二)組別：第八組
- (三)學生姓名：王郁棋
- (四)課程名稱：博物館行銷
- (五)指導老師：林玟伶老師

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

1.如何訂定主題？

主要是與台博郭元興老師當面商量，並由郭老師帶領實地走訪北門館後，與班上年紀較長同學聊天，發現北車幾十年前遠不如現今繁華，感到今昔對比可以做為此次主題的出發點，因而才決定了以「長住台北的老人」為行銷目標這樣的主題。

2.分工分配及執行狀況？

本組只有我一個人，因而我全權負責所有任務。

3.是否遇到什麼難題？

個人組的我好處是不用與同學討論，常常因為討論未果而花費太多準備時間，且由於只有我負責，因此可以把想做得內容發揮最大化；難處是所有完成時程、內容乃至視覺呈現要求都需與多人一組的同學一樣，再加上還有其他報告要寫，因而那段時間覺得壓力很大。此外，由於與郭老師商談時間較晚，因而有先以「青年」為行銷目標來完成部分主題，但卻於作業截止前一個月需更改方向的狀況出現，導致最終報告呈現較鬆散。故建議下學期課程如仍相同型式，可將與業師討論環節安排於學期初。

(二)成效說明與實際產出：

● 企畫書、PPT

實際產出 18 頁企畫書及 24 頁 PPT，內容包括環境 PEST 分析、SWOT 分析、行銷策略、預算規劃、預計時程甘特圖等。

- 文宣 DM

自行設計徵影比賽 DM，於期末報告當日提供給評審老師及觀賽同學參考。

- 影片

以今年 78 歲，並居住雙北長達數十年，且年輕時在北車附近工作很長一段時間的奶奶為拍攝主角，拍攝 1 分半的宣傳影片。由我親自帶領奶奶使用環景，並訪問她使用想法。

三、學習心得

最初分組時我因指導老師對論文逼迫較緊，擔心沒有多餘時間與同學討論，因而本就決定自己一組。然在得知此項作業時，由於沒有組員，因此十分擔心如需與多人一組的同學相比，那麼分析結果定不如多組同學全面，事實也的確如此，期末報告時有感於多人一組同學在分析上的多面，個人組的同學可說望其項背。

但也因只有個人組，因此在報告上我想做的都不會有人反對，我能完整呈現自己腦海所想的東西，這點讓我十分慶幸。而且未來想走博物館公關或行銷的我，也可以放心的把該作業納入我的作品集而不會有心虛的感覺（畢竟如果多人組，那麼有部分東西都是別的同學的）。總而言之真的十分感謝老師帶給我們這麼豐富的行銷課！

九、 第九組

(一) 教師與助教課程指導記錄表

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/3/24	受指導組別	第九組
地點	老師研究室	受指導次數	第 1 次
受指導對象	羅卓琳、莊佳娟、莊佳涵		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	1. 針對繳交資料進行修正。 2. 針對內容進行討論 (SWOT / PEST)。		
具體建議與 解決方案	找尋其他範例參考。		
後續追蹤			
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/4/21	受指導組別	第九組
地點	老師研究室	受指導次數	第 2 次
受指導對象	羅卓琳、莊佳娟、莊佳涵		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 環境分析方法 2. 消費者分析撰寫 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pest 分析修正：政治、社會、科技，試與「現今」社會趨勢相關。 2. 競爭者分析加入圖表分析結論、開頭論述內容。 3. 十字定位法加入其他競爭者單位、市場調查基礎。 4. SWOT 分析內容修正。 5. STP 與主題巡迴展相關。 		
後續追蹤	人權館參訪、業界教師訪綱製作		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/19	受指導組別	第九組
地點	國家人權博物館	受指導次數	第 3 次
受指導對象	羅卓琳、莊佳娟、莊佳涵		
指導老師	張文馨、林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<p>以行銷為題，分為兩大部分提問：</p> <ol style="list-style-type: none"> 巡迴展方面 <ul style="list-style-type: none"> 在過去的展覽推廣上，遇到較大的困難為何？ 相較於其他展覽，本巡迴展觀眾有何特殊的回饋或建議嗎？ TA 設定： <p>主要參訪族群為何？他們有什麼特徵嗎？其動機為何？整年哪個月最多人到館？之前那一個特展參加人數最多？他們大多如何得知展覽訊息的嗎？預期觀眾為何？</p> 新媒體科技的運用 <ul style="list-style-type: none"> 目前在新媒體的應用上，以 facebook 為主，未來有打算使用其他的新媒體嗎？（ex Instagram） 或是其他傳統媒體的使用上，何種最為有效？ 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 巡迴展方面 <ul style="list-style-type: none"> 內容推動不難，但推動轉型正義需要面對很多不同利益團體壓力，還有過去檔案的困難取得。 年輕世代較容易進入，過去的氛圍導致較年長的人不能說、不能談，而會來的人，幾乎都是對議題有興趣的人，在議題上想知道的人。 在不同的館所中，參觀的人取決於館所原本的族群。 自身觀察：各個巡迴展的觀眾取決於原址展出地址 <p>例如：</p> <p>台中文資局：多為一家三代的觀眾，原本參觀時間約 20-30 分鐘。</p> <p>台南文創園區：熱門度不高，參觀人數不多，地方政府接受度</p> 		

	<p>較高（立場支持度依地方政府有所差異）</p> <p>此次展覽相較於其他展覽 巡迴展結合藝術多元性的展品 所以較容易接受：Ex: 不義巧克力、桌遊。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 觀眾動機不同 對花蓮巡迴展的動機想像：觀眾預設在於「想要知道這件事卻沒資源的人」花蓮參觀人次比人權館還多，因為花創的是花蓮的少數的藝文資源之一。 • 參觀人數： 綠島人權園區而言，有淡旺季之分，但比景美人權館人數多然而，目前景美人權館沒統計系統，總體而言：兒童人權展人數會最多。 • 管道的宣傳效益： 並沒有而外做統計，目前管道從臉書、官網為得知最多 <p>2. 新媒體方面</p> <ul style="list-style-type: none"> • 會使用新的媒體？ 目前不會，因人力不足。 • 傳統媒體使用何種最有效？ 過去以舉辦記者會、媒體採訪為主，因為疫情不能辦群聚活動，目前主要透過新聞稿、影音素材等管道。 <p>Q：未做觀眾研究，怎麼定義 ta： 其他館所來自於門票壓力，因此需要了解觀眾，但人權館不需收門票 人權館設定的對象主要由展覽的特殊性去設定，譬如：綠島人權藝術季 ta 為政治受難者（有些不承認自己是受難者）。</p>
後續追蹤	
備註	

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】

課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/5/21	受指導組別	第九組
地點	老師研究室	受指導次數	第 4 次
受指導對象	羅卓琳、莊佳娟、莊佳涵		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷目標的策略撰寫。 2. 企劃書與業界教師討論細節修正。 3. 先前的 SWOT、PEST 行銷分析修正確認。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 撰寫行銷目標。 2. 撰寫目標市場 stp 鎖定目標市場。 3. 目標市場消費者 潛在目標市場。 4. 4P 針對目標市場撰寫不同內容。 5. 時程表 針對企劃到最後評估階段時間。 6. 預算（合理性） 三成行銷費用。 7. 圖表化呈現、精準簡潔。 8. 視覺化呈現→影片 1mins / 海報。 		
後續追蹤	行銷目標的策略細節撰寫		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/9	受指導組別	第九組
地點	老師研究室	受指導次數	第 5 次
受指導對象	羅卓琳、莊佳娟、莊佳涵		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 問卷內容。 2. 消費者分析。 3. 整體企劃書與人權館的巡迴展的連貫性。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 目錄撰寫。 2. 視覺紀錄片。 3. 計畫目標的量化測量。 4. 部分調整至附件。 5. 人權電影展挑選片。 		
後續追蹤	企劃書內容連貫性。		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】
課程指導紀錄表

學習助教：李竺恩

聯絡方式：chuen.leeeeee@gmail.com

時間	2020/6/16	受指導組別	第九組
地點	老師研究室	受指導次數	第 6 次
受指導對象	羅卓琳、莊佳娟、莊佳涵		
指導老師	林玟伶		
指導內容摘要			
主要問題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷最後視覺化影片、海報確定。 2. 行銷活動細節確認。 3. 消費者分析待確認。 		
具體建議與解決方案	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消費者分析問卷回收概況與活動走向。 2. 活動核心與展覽主題的相關性連結尚未明確。 3. 部分行銷分析內容移至附件。 		
後續追蹤	消費者分析結果。		
備註			

*指導紀錄表請自行影印使用

指導老師：林玟伶

(二) 學生自主學習計畫書

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習計畫書

一、自主學習計畫主題：請你跟我走一趟花蓮站

二、組別：第九組

三、課程名稱：博物館行銷

四、指導老師：林玟伶 老師

五、學生姓名與工作分配：

姓名	工作內容
羅卓琳	擬定主題、消費者分析、共同書寫成果報告書
莊佳娟	市場定位及市場區隔、擬定行銷組合、共同書寫成果報告書
莊佳涵	競爭者分析、擬定行銷策略方案、共同書寫成果報告書

六、計畫內容與進度規劃

行銷企劃名稱：請你跟我走一趟 – 不義遺址空間歷史推廣示範展

行銷企劃單位：國家人權博物館

業界教師：張文馨

	3/17-3/24	3/24-4/21	4/21-5/19	5/19-6/9	6/9-6/23
確定主題、擬定企劃大綱					
消費者與競爭者分析、市場定位、區隔					
擬定行銷組合與行銷策略方案					
書寫企劃、博物館品牌建立					
完成成果報告書					

七、預期效益：

預計在課堂中從當代脈絡開始認識行銷，進而習得如何分析市場，接著練習如何撰寫行銷企劃書內容，包含行銷執行上的流程，以及在博物館場域中，行銷與其他領域的差異。同時，透過學習其行銷概念、理論的實際運用，由業界老師與我們討論，將行銷的深度更進一步的加深，以期達到行銷實務經驗的累積。

第九組

(三) 學生自主學習成果報告

輔仁大學 109 年高教深耕計畫【自主學習課程補助計畫】 學生自主學習成果報告

撰寫日期：109 年 6 月 29 日

一、課程基本資料

- (一)自主學習計畫主題：請你跟我走一趟花蓮站
- (二)組別：第九組
- (三)學生姓名：羅卓琳、莊佳涵、莊佳娟
- (四)課程名稱：博物館行銷
- (五)指導老師：林玟伶老師

二、計畫成果

(一) 自主學習歷程：

1.如何訂定主題？

由老師與業界教師合作提供實際的博物館案例，各小組選擇題目後，依照題目寫出其博物館的行銷計畫。

2.分工分配及執行狀況？

一開始以按照行銷策略分析做工作的分配，但實際上在書寫計畫時仍有須共同討論之處。因此透過與授課老師與業界教師定期的討論與修正，將前後分析及策略做整合性的統整，工作分配的內容持續調整，以確保整體的內容保持一致性。

3.是否遇到什麼難題？

以本堂課博物館行銷為題，自主學習的過程中仍有對於行銷概念的不確定或尚未理解之處。但同時與老師討論獲得即時的幫助與學習成效。

(二) 成效說明與實際產出：

此堂課程最主要學習到博物館的行銷分析、行銷策略發想與實際預算執行可能性，最後實際產出行銷企劃書，並且製作宣傳影片及傳單。

三、學習心得

● 羅卓琳：

這堂行銷課利用自主學習的方式進行，上課時數雖比一般課程少，可以利用更多時間籌劃期末的行銷方案，每兩週與老師的約談更能使我們一步步修正方

案，延長學習的時間與深度學習、實行行銷方案。課堂上老師亦把博物館行銷的精要重點提出講解，結合眾多國外的案例，令我有更多的見聞。最重要的是，整個學期老師的親身引導對我的持續用心學習起了很大的鼓勵作用，把報告完成並發表令我有成就感。十分感謝老師的付出與關懷，這是一堂十分高質量的課程。

- 莊佳涵：

在課堂中能夠了解何為博物館行銷，不僅是宣傳方式與管道，我覺得更是一種博物館核心價值的整合呈現。此堂課透過自主學習課程，在學期初就安排並了解課程的進度與作業的規劃。其中安排的討論課程上，老師花了比以往上課更多時間與個別小組討論，討論時可以隨時提出目前遇到的問題及困難，對於碩班的學習上，更能夠有效解決課堂疑問，與自己的其他事情共同規劃，一方面能夠掌握自己的學習進度，另一方面對於自己的時間管理及安排有很大的幫助，我覺得很棒～

- 莊佳娟：

在此課堂博物館行銷當中，同時具備自主學習課程。上課的時間雖縮減但與老師的討論時間提高，更能夠針對自身不了解的部分透過討論，更進一步的釐清行銷概念。同時，其餘的自主學習時間可以做更彈性的調整及充裕的時間為期末的發表做更多元的準備，如：海報、視覺影像呈現等等助於計畫內容的呈現。其餘的課堂時間，與業界老師的討論了解博物館目前的實際概況。最後的成果發表透過業界老師與授課老師的合作，其講評內容及建議獲益良多。

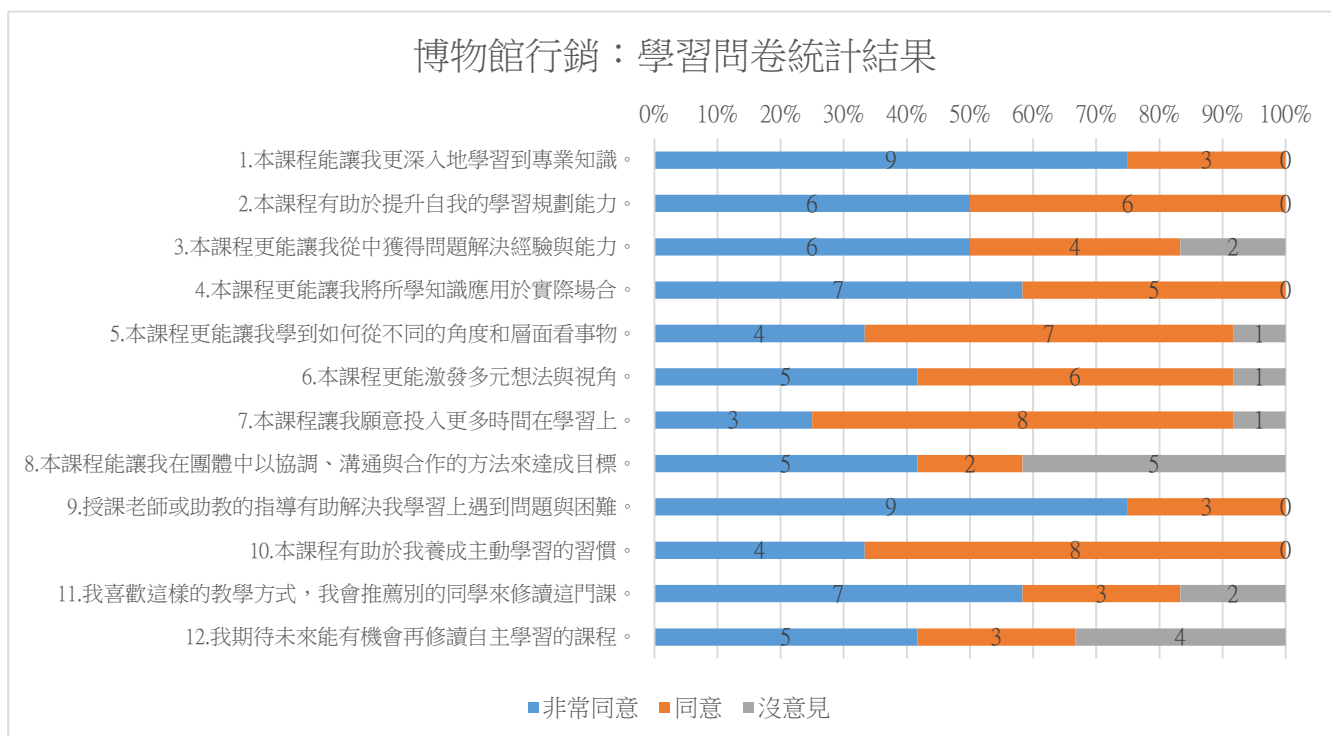
參、學習反饋彙整

本課程目的在於能讓學生對博物館行銷有全面性的了解，培養博物館行銷之研究能力與進入職場應具備之行銷管理技能，同時，融入「學生自主學習」的教學模式，透過規劃講座、與授課老師與業界教師之討論環節，進行博物館行銷企劃活動之設計與企劃書撰寫，培養學生在實務面的操作能力。針對修課同學（共 12 位），本課程於學期末發放問卷，彙整其學習反饋，以期提供日後規劃課程教學策略之參考。調查結果統計成如下表所示：

	非常同意	同意	沒意見	不同意	非常不同意	合計
1.本課程能讓我更深入地學習到專業知識。	9	3	0	0	0	12
2.本課程有助於提升自我的學習規劃能力。	6	6	0	0	0	12
3.本課程更能讓我從中獲得問題解決經驗與能力。	6	4	2	0	0	12
4.本課程更能讓我將所學知識應用於實際場合。	7	5	0	0	0	12
5.本課程更能讓我學到如何從不同的角度和層面看事物。	4	7	1	0	0	12
6.本課程更能激發多元想法與視角。	5	6	1	0	0	12
7.本課程讓我願意投入更多時間在學習上。	3	8	1	0	0	12
8.本課程能讓我在團體中以協調、溝通與合作的方法來達成目標。	5	2	5	0	0	12
9.授課老師或助教的指導有助解決我學習上遇到問題與困難。	9	3	0	0	0	12

10.本課程有助於我養成主動學習的習慣。	4	8	0	0	0	12
11.我喜歡這樣的教學方式，我會推薦別的同學來修讀這門課。	7	3	2	0	0	12
12.我期待未來能有機會再修讀自主學習的課程。	5	3	4	0	0	12

此外將各題項統計結果進一步分析，以顯示同意程度之百分比，另將結果繪製成如下圖所示之長條圖：



可以瞭解有 100% 的修課學生同意課程能更深入地學習到專業知識(75%非常同意，共 9 人；25%同意，共 3 人)，且同意能將所學知識應用於實際場合 (58%非常同意，共 7 人；42%同意，共 5 人)。而關於融入更多讓學生自主學習之課程設計，則有 100% 的修課學生同意此課程有助於培養主動學習的習慣 (33%非常同意，共 4 人；67%同意，共 8 人)，92% 的學生同意自身願意投入更多時間在學上 (25%非常同意，共 3 人；67%同意，共 8 人；8%普通，共 1 人)，且有 83% 學生同意喜歡這樣的教學方式 (58%非常同意，共 7 人；25%同意，共 3 人；17%普通，共 2 人)。

在課程意見回覆的部分，將搜集之結果歸納成如下表所示 (共 8 位同學填寫)：

1.	課程的自由度高，可以更利於運用所學知識進行創造，可以激發更多的思維角度，課程也很有趣，並具有實用意義。
2.	我覺得最棒的地方在於放了很多時間給學生自主學習，有別於大學的灌輸式的學習。自己尋找問題、解決問題。學會解決問題的思路很重要。
3.	希望能有更多的非學術性資料，或者行銷執行當中的問題與經驗分享。
4.	配合博物館業師授課，使學生能從業師身上看見職場實際運作狀況，藉以審視自己製作的企劃案可執行程度。
5.	透過老師講課搭配自主學習週的討論很能幫助自己消化所學內容、融會貫通，也可以透過自主學習週審視自己的學習狀況，有任何問題時也能有更多機跟老師請教。
6.	自己設計進度、執行的過程很棒，上課期間學習的東西都有應用到期末的報告上也很好。
7.	與外界教師的課程安排，有助於了解博物館場域實務的狀況，對於學習方面有實質幫助。
8.	課程設計除了上課外，還會安排組別同學與老師約談，不斷修正行銷方案，這樣的課程節奏安排讓我學習得更有效率，而且老師在約談過程中給予許多意見，即便與業界導師約談也在旁帶領討論，在結案報告完成後覺得對行銷更有概念，也十分有成就感。

透過同學們的意見回覆，可以瞭解「自主學習」之課程規劃相對於一般授課，學生在學習上能有更多的自由度可發揮，而藉由定期與導師的對談、指導，也有助於學生提升學習效率；同時，課程安排與業界導師約談，更幫助同學們深化報告內容，並增加最後行銷企劃書之可行程度，藉此達成課程目標。