

輔仁大學 110 年高教深耕計畫
「產學成果導向課程」成果報告

109 學年度第 2 學期
農業行銷管理

授課教師	曾祥景
報告撰寫人	曾祥景
修課人數	20

中華民國 110 年 7 月

目錄

課程執行成果摘要.....	3
課程指導成果說明.....	4
課程實際規劃與說明.....	4
具體教學成果與評估.....	7
本課程實際的量化產出.....	7
各單元主題學生的回饋分數.....	8
質性學生意見回饋.....	8
各單元主題教學成效回顧.....	10
學生具體能力的提升.....	12
課程遇到的問題與困難.....	13
省思與未來的展望.....	14
學生學習成果.....	15
問卷設計.....	15
期中報告.....	16
期末報告.....	19
業師給同學之回饋建議.....	25
學生心得回饋.....	27

課程執行成果摘要

本產學課程目的在於運用輔大學生的創意，協助農業電商「芭芭果食學有限公司」提升其品牌知名度，同學以組為單位拍攝 5 分鐘以內的微電影宣傳短片與擬定一份整合行銷溝通之推廣企劃書，此外，亦要求同學針對果乾產業進行問卷調查，以了解消費者想法，以利推廣企劃的擬定以及微電影腳本的設計。課程設計部分，除了授課老師教授基礎行銷概念、在農業情境下的行銷組合、農產品知識、行銷研究技術外，重點在於邀請業師授課並針對同學的作品給予意見回饋。為了激發同學參與動機，由業者提供競賽獎金，針對微電影部分給予第 1 名組別 6000 元的獎勵金。整體而言，本課程在產學部分舉辦了 7 場活動，有 2 位業師參與，產出 3 份期中報告(包括果乾市場調查結果、微電影腳本與分鏡圖、粗略推廣企劃)、3 份期末報告(包括整合行銷推廣企劃書 PPT 與對應的書面報告)，亦邀請每位同學於產學活動課後給予意見回饋，並於學期結束請每位同學撰寫心得，反思此課程帶給自身之影響，共計 20 份。然而，此計畫執行美中不足之處在於 2021 年 5 月中後國內忽然爆發的 COVID-19，經與業者同學協調後，為了防疫考量與同學安全，取消微電影競賽，但從學生整體的量化與質性意見回饋，可知從此課程受益良多，也證實此產學課程之有效性。

課程指導成果說明

(1) 課程實際規劃與說明

本產學課程主要目的在於協助芭芭果食學有限公司製作微電影宣傳影片以及擬定一個完整的推廣企劃書，除邀請芭芭果執行長—曾渝婷小姐來講授公司內部分析以及對此課程作品的期許外，更邀請微電影專家—余治明老師協助同學提升影片拍攝與後製能力，各單元實際照片紀實請見附件六，實際的課程規劃與說明如下：

表一、本產學導向課程內容規劃

日期時間	主題	業師講者
3/19 09:10-12:00	芭芭果簡介與期許	芭芭果食學有限公司 曾渝婷執行長
3/26 09:10-12:00	農業行銷微電影工作坊	威將博思行銷有限公司 余治明負責人
4/30 09:10-12:00	期中報告：微電影腳本與推廣企劃諮詢	芭芭果食學有限公司 曾渝婷執行長 威將博思行銷有限公司 余治明負責人
5/14 09:10-12:00	微電影拍攝訓練	威將博思行銷有限公司 余治明負責人
5/28 09:10-12:00	影片剪輯教學（一）	威將博思行銷有限公司 余治明負責人
6/04 09:10-12:00	影片剪輯教學（二）	威將博思行銷有限公司 余治明負責人
6/18 09:10-12:00	期末成果發表	芭芭果食學有限公司 曾渝婷執行長

註：其他日期是由授課老師上農業行銷管理基礎知識以及市場調查相關技術，不列於此

3/19: 芭芭果簡介與期許

本次課程邀請到芭芭果食學有限公司的執行長，曾渝婷小姐到班授課，以簡報的方式分享該公司的相關資訊，並提出本課程的期末作品需求，各組必須製作一份五分鐘以內的微電影，主題自選，可以是親情、愛情或是友情，目的是提升芭芭果的品牌知名度，此外，還要提出一個搭配微電影的整合行銷推廣企劃。本課程企圖透過與芭芭果食學有限公司產學合作，提供學員們與業界交流互動的機會，實作農業行銷的微電影，故邀請曾執行長，讓同學能夠快速地了解該品牌、產業現況及企業需求。

一開始由助教協助發放芭芭果食學有限公司的所有產品給各組試吃，同時曾執行長一一介紹產品後，進入簡報內容。簡報分為四個部分，一，品牌起源，包含自我介紹、品牌介紹、動機與目的。二，農產品市場，包含公司現況、台灣所面臨的困境、市場與平台分析，三，電商平台，從電商進入市場、開店前須知、微電影主題與要求。四，問答時間。最後曾執行長額外將他認為不錯的廣告分享給同學們參考，並給予十五分鐘的時間進行小組討論，再讓各組一一上台報告微電影的初步規劃。

課程結束後，由授課教師曾祥景教授感謝曾執行長的到來，並總結上述課程內容，提供更多農業行銷的案例與思維給同學們參考，最後，請所有同學填答課後的回饋問卷，以做為未來課程的內容設計之參考。

3/26: 農業行銷微電影工作坊

本次課程是授課老師額外加碼，主要是要建立同學對微電影拍攝的基礎知識與概念，本因經費有限，但後來考量到在同學拍攝與製作微電影前，建立同學對於微電影認知是很重要的，故不受限於經費，自掏腰包邀請威將博思行銷有限公司的余治明負責人來演講並與同學互動，余先生(老師)開設的公司就是影片行銷公司，本身也具有影片拍攝與後製豐富的教學經驗。余老師此次的授課分為兩個部分，第一部分為基礎攝影技巧，第二部分為編劇與分鏡，這兩個部份提供 PPT 給同學參考，余老師上課時除講授專業的知識並展示一些實際的案例外，亦邀請各組同學針對草擬芭芭果微電影腳本，並和全班同學分享，余老師與授課老師再給予評論。

4/30: 期中報告: 微電影腳本與推廣企劃諮詢

本次課程為同學的期中發表，共有三組同學以 PPT 報告微電影腳本、芭芭果消費者調查研究結果以及推廣企劃方向，邀請芭芭果執行長曾渝婷小姐以及微電影教學業師余治明老師列席給予評論建議，各組同學報告完後，由業師與授課老師進行評論建議(評分評語請見雲端附件)，主要給業師的諮詢問題包括：

- 請您告知各組的故事腳本是否有要修正之處。
- 請您告知各組的分鏡圖是否有要加強之處。
- 請您針對各組的推廣企劃給予一些建議。

5/14: 微電影拍攝訓練

本次課程邀請到威將博思行銷有限公司的余治明先生到班授課，以實際攜帶攝影器材、影片教學拍攝手法、協助各組拍攝的方式，實質上地幫助學生們拍攝微電影，並提供每一組意見，讓學生們更清楚如何拍攝。課程流程—先由授課教師為講者開場，介紹講者的背景與經歷，再交給講者開始本次的課程，講者的實作課程分為兩部分，先由講者說明拍攝注意事項、器材使用、拍攝手法，再協助各組拍攝微電影。講者課程結束後，再由授課教師感謝講者與學員們的參與，請在座的學生填寫線上回饋表單，並與講者進行大合照。

5/28: 影片剪輯教學 (一)

本次課程邀請到威將博思行銷有限公司的余治明先生來教學影片剪輯，為了強化同學在數位時代進行為電影行銷之能力。因為5月中後 COVID-19 疫情嚴峻，配合教育部政策，課堂採用線上 Teams 教學，講者以同步佐以非同步的形式進行課程，非同步為將事先預錄好的三堂教學影片放給學員們看，同步則是與學員們交流，確定他們有跟上進度且讓他們有實作的時間，並給予回饋。課程流程—先由授課教師為講者開場，介紹講者的背景與經歷，再交給講者開始本次的課程，講者的實作課程為基礎 Photoshop 剪輯教學，包含相片的轉場串聯成影片、影片加入字幕、加入音軌素材，並且提供學員們音樂素材及圖片素材的網站。講者課程結束後，再由授課教師感謝講者與學員們的參與，並請學員們填寫線上回饋表單。

6/4: 影片剪輯教學 (二)

本次課程邀請到威將博思行銷有限公司的余治明先生來教學影片剪輯，為了強化同學在數位時代進行微電影行銷之能力。因為疫情嚴峻，配合教育部政策，課堂採用線上 Teams 教學，講者以同步及非同步的形式進行課程，非同步為將事先預錄好的六堂教學影片放給學員們看，同步則是與學員們交流，確定他們有跟上進度且讓他們有實作的時間，並給予回饋。課程流程—先由授課教師為講者開場，介紹講者的背景與經歷，再交給講者開始本次的課程，講者的實作課程為基礎 Photoshop 剪輯教學，包含快速上字幕、殘影與速度、子母畫面與穩定器、調色(分割顏色、基本校正、創意與曲線)、文字動畫、動畫模板，並在數個單元教學後，抽點同學展示其作品，驗收學習成效。講者課程結束後，再由授課教師感謝講者與學員們的參與，並請學員們填寫線上回饋表單。

6/18: 期末成果發表

本次課程邀請到芭芭果食學有限公司的曾渝婷小姐來講評期末報告發表，主題是芭芭果推廣企劃，讓學員們可以立即獲得業界的回饋。因為疫情嚴峻，配合教育部政策，課堂採用線上 Teams 教學，期末報告以同步的形式進行，各組輪流報告，並在每一組報告之後，業師與授課老師皆會給予建議與回饋，使他們清楚知道如何修改提案內容。發表結束後，由授課教師感謝講者與學員們的參與，並請學員們填寫線上回饋表單。

(2)具體教學成果與評估

具體教學成果與評估部分將會列出本課程實際的量化產出、各單元主題學生的回饋分數以及質性意見回饋，再針對每一次的單元主題進行教學成效回顧，最後，提出本課程教學帶給學生哪些具體能力的提升。

● 本課程實際的量化產出

本課程實際產出的內容如表二所示，包括問卷設計 3 份、期中報告 3 份、業師對期中報告之評分評語 3 份、期末口頭 3 份與書面報告 3 份、業師對期末報告之評分評語 2 份，以及同學的個人心得回饋 20 份。

表二、本課程量化教學產出成果

教學成果	內容物	數量
問卷設計	果乾產業調查問卷	3
期中報告	果乾產業市場調查、微電影腳本與分鏡圖、推廣企劃方向	3
業師期中報告回饋	業師與授課老師對期中報告之評分評語	3
期末報告- 口頭	整合行銷推廣企劃	3
期末報告- 書面	整合行銷推廣企劃	3
業師期末報告回饋	業師與授課老師對期末報告之評分評語	2
期末同學個人心得	課程內容反思	20

註：以上電子檔請見附件六雲端部分

● 各單元主題學生的回饋分數

有關於本課堂教學成效之量化評估部分如表三所示，除了有教發中心所執行的回饋問卷外，亦請助教針對每一次的單元主題進行回饋問卷設計，彙整所有單元主題之得分。就大部分單元主題而言，所有同學的平均分數皆大於 9 分(滿分為 10 分)，唯兩次發表分數略低於但亦接近 9 分，教發中心問卷整題而言學生平均分數為 4.46 分(滿分為 5 分)，算是可以接受。

表三、各單元主題問卷回饋分數

日期時間	主題	回饋問卷評分	施測人數
3/19 09:10-12:00	芭芭果簡介與期許	9.00 (10 分為滿分)	17
3/26 09:10-12:00	農業行銷微電影工作坊	9.21 (10 分為滿分)	14
4/30 09:10-12:00	期中報告：微電影脚本與推廣企劃諮詢	8.75 (10 分為滿分)	20
5/14 09:10-12:00	微電影拍攝訓練	9.21 (10 分為滿分)	19
5/28 09:10-12:00	影片剪輯教學 (一)	9.32 (10 分為滿分)	19
6/04 09:10-12:00	影片剪輯教學 (二)	9.47 (10 分為滿分)	19
6/18 09:10-12:00	期末成果發表	8.95 (10 分為滿分)	19
教發中心施測問卷		4.46 (5 分為滿分)	20

註：本課程修課人數為 20

● 質性學生意見回饋

將教發中心針對此門課的問卷調查質性學生意見回饋結果彙整如下：

根據表四，同學們的回饋可以分為幾個面向來說，第一個面向，同學多對於課程與業界合作這一塊感到滿意，認為這樣可以實際與業者接觸，了解業者對自己提的企劃案的想法與回饋，並能有和業者溝通想法的寶貴經驗。此外，業師都很耐心地解決同學的問題，給予一針見血的建議，沒有擺出業者的架勢，也不是只批判，還會協助同學思考解決的方式，這也是讓同學覺得不錯的地方。第二個面向就是課程的實用性，多位同學指出本課程安排可以讓他們學會很多實用的技能，包括 SPSS 分析以及影片剪輯軟體 PR，這有助於提升同學分析數據以及影片製作之能力，提升職場競爭力。第三個面向是關於課程的建議，有同學建議因課程難易度負擔比較重可以放慢學習步調，也有同學建議可以和更多元的業者合作。而其他回饋都是偏向課程很有趣、老師很好之類的。從以上可以看出產學導向課程確實對同學獲益良多，也相當感謝教發中心給予本人機會能夠在課堂上實踐產學合作，未來應有更多產學導向課程的加入。

表四、學生對此課程之開放式意見回饋

面向	開放式評語
和業者互動了解其想法，並直接得到自己作品的反饋	<ul style="list-style-type: none"> ● 這堂課讓我收穫最多的地方是可以與實際的業者進行討論，了解到實際業者的想法以及他們注重的要點，這是一般課程學習不到的。 ● 這個課程最好的地方是跟業界合作，不管是芭芭果還是余老師都是非常好的業界代表，他們給我們教了很多實務上的東西還我們可以在未來使用! ● 報告後給予的回饋很有幫助。 ● 謝謝老師，來賓也都很用心替我們解決問題。
課程實用性	<ul style="list-style-type: none"> ● 這堂課可以學習到很多知識，以及 SPSS 以及 PR 軟體的操作，非常實用，老師們也非常細心的教導，受益良多。 ● 本課程最棒的地方為導師所請的其他老師，皆有很棒的特質和技能。讓我獲益良多。 ● 我覺得我受益良多，有產學合作來累積經驗，也學習額外的剪輯、拍攝技巧。 ● 對於這堂課十分喜歡，也學到許多實務應用上的技能，尤其是影片剪輯的部分，這是在其他堂課上，很少有機會學習到的，真的很高興老師提供我們這樣的管道學習，改善的部分，只希望未來剪片課程能有更多堂課，畢竟是比較難的技能，許多同學可能很難快速學會! ● 學習到很多東西，覺得請業師跟實際操作可以得到很多經驗。
課程建議	<ul style="list-style-type: none"> ● 可與不同產業進行合作 除了芭芭果之外。 ● 很可惜沒有拍到微電影。 ● 學習過程有趣，且收穫良多。但是負擔有點重。
對老師恭維的部分	<ul style="list-style-type: none"> ● 老師很好。 ● 祥景老師很讚讚! ● 老師課程豐富很棒。

● 各單元主題教學成效回顧

3/19: 芭芭果簡介與期許

此課程邀請芭芭果曾執行長分享公司內部資訊，並分享農業行銷或是行銷實務中知名的微電影案例，包括統一麵的小時光麵館等等，並讓同學分組討論針對芭芭果提出初步的微電影構想，整體而言，同學在此課堂中學會果乾產業的生態，通路安排衝突、芭芭果的經營理念與電商作法外，亦學會電商開店平台 Shoptline 的操作實務以及數位行銷知識，像是社群媒體廣告與關鍵字行銷基礎。各組初步微電影構想部分，第一組提出一生的陪伴的概念；第二組則是走愛情路線，說明芭芭果果乾如何成為校園男女戀愛的催化劑；第三組則搞怪提出阿公去世後芭芭果果乾帶來的影響也讓阿公去世後也會笑。曾執行長也相當讚許同學的創意，並給予學生初步構想回饋建議，同學亦得到將想法和業者實際交流的寶貴經驗。

3/26: 農業行銷微電影工作坊

在本次課程中，邀請余老師分享攝影基礎知識，同學們學會了有關構圖、攝影角度、偵率、曝光、光學等理論知識，講師亦分享運鏡相關的技巧，腳本與分鏡圖的功用，並提供同學參考用書。最後亦分享微電影優良範例，春風牌衛生紙，主題是阿嬤的衛生紙，主題是講主角在小時候阿嬤會用衛生紙包東西給他，即使長大阿嬤得到失智症還是會包給主角，呼應主題最溫柔的呵護。在這次課程同學學會攝影基礎知識外，亦學會微電影的起承轉合概念，並要有一個明顯的主題，這個主題也要和品牌定位相關。

4/30: 期中報告：微電影腳本與推廣企劃諮詢

在此報告中，同學將初步的微電影腳本與分鏡圖、推廣企劃方向、果乾產業市場調查結果進行分享，業師與授課老師於各組同學報告完後一一給評論建議。同學在此課程學會如何將影片構想與農業行銷企畫構想和業者溝通，並針對業者的疑問提出回應之能力，可在進入職場之前體驗到如何針對自己的提案和老闆溝通讓老闆買單，也體驗到商場的直接了當。

5/14: 微電影拍攝訓練

本次實作課程中，學生們學會了拍攝儀器如穩定器、腳架的使用，業師余老師亦教導同學進行片場分工，讓同學練習扮演不同角色進行拍攝，同時，余老師亦針對每一組的腳本與分鏡圖進行修改，讓拍攝的可行性增加。

學生們對於課程時數安排、課程豐富程度感到滿意，並且有多位學生提到講師非常仔細且用心的教導各組，解決很多腳本的問題，也很謝謝講師的教導，另外，學生們希望講者能夠提供更多拍攝技巧的案例給大家做為參考。整體而言，對於本次課程，學生們的滿意度為 9.25 分(滿分為 10 分)，大家對於講師的教學態度、表達能力、互動方式、解決疑問的能力等授課情況，有很好的回響。

5/28: 影片剪輯教學 (一)

在此次實作課程中教學，同學學會影片剪輯基礎能力，包括相片的轉場串聯成影片、影片加入字幕、加入音軌素材等等，學生們對於課程豐富程度、課程實用性感到滿意，並且有多位學生提到講師非常耐心且用心地教導每一位同學，並切分剪輯步驟來教學，講解得非常清楚，另外，學生們希望講者可以在實作時，操作慢一些，並且放大線上教學的字幕。這個部分，授課老師已請講者提供預錄的教學影片檔案，供同學事後依自己步調複習之用。整體而言，對於本次課程，學生們的滿意度為 9.32 分(滿分為 10 分)，大家對於講師的教學態度、表達能力、互動方式等授課情況，有很好的回響。

6/4: 影片剪輯教學 (二)

本次實作課程中，同學們會學會包含快速上字幕、殘影與速度、子母畫面與穩定器、調色(分割顏色、基本校正、創意與曲線)、文字動畫、動畫模板等，學生們對於課程實用性、課程豐富程度感到滿意，並且有多位學生提到講師非常有耐心且專業地教導每一位同學，並用心地將剪輯技巧錄製成詳細的教材提供給學生們，另外，學生們希望講者可以教得更深入，並且提供 Mac 也可以用的程式。這個部分，授課老師已請講者提供預錄的教學影片檔案，供同學事後依自己步調複習之用。整體而言，對於本次課程，學生們的滿意度為 9.47 分(滿分為 10 分)，大家對於講師的互動方式、教學態度、解決疑問的能力等授課情況，有很好的回響。

6/18: 期末成果發表

本次成果發表主要是讓各組同學秀出學習成果，向芭芭果的執行長曾渝婷小姐提案整合行銷推廣企劃案，讓學生學習簡報能力以及和業主溝通提案的能力，此外，也可用來評估本學期同學修習本課程在行銷研究、農產品知識、推廣企劃力是否有得到提升。各組同學在口頭報告皆有拿到 82-86，符合業者的期待。

本次成果發表中，講者與主持人提供的建議，相當豐富，包括第一組碩士班同學們，得到的回饋像是推廣活動的廣度與深度夠，企劃嚴謹度高，並有清楚點出執行成效與控制方案，但創意性需要加強；第二組同學在長期推廣企劃與永續企業合作這點因為符合現在永續管理之趨勢深受評審好評，但是在企劃書分析篇與後來行銷策略所針對的目標顧客有些不一致，此外，控制計畫也不夠詳細。第三組同學在活動的名稱命名上具有創意，但是在企劃執行與控制上較為粗糙。後來主持人總結，整體來說，各組的表現可圈可點，然而，推廣活動皆缺乏一個統合的主題，這也是整合行銷溝通最重要的部分，希望各組可以在書面企劃改善。

以上建議讓各組有明確的更改方向，並更了解業者需求，多位學生提到業師的回饋非常的詳細且用心地給予每一組各個面向及執行上的建議，同時點出學員之不足之處，學員們受益良多。整體而言，對於本次課程，學生們的滿意度為 8.95 分(滿分為 10 分)。

● 學生具體能力的提升

整體而言，本次課程具體來說可以提升同學在三方面的能力，分列如下：

➤ 數據管理、與業者溝通數據之能力

透過針對果乾產業進行消費者調查，同學可以學會問卷設計能力，如何在問卷設計中問和農產推廣企劃相關的問題，要包括的問題以及如何問，此外，同學們也學會統計分析的技能，了解收集完資料要如何用統計技術進行分析，包括次數分配、複選題分析、交叉分析、平均數分析、因素分析以及集群分析。以上技能皆由授課老師傳授，並透過課堂時間與課後時間輔導同學進度。同學於期中報告分享研究發現並提供建議，業者現身現場直接針對同學的分析結果給予回饋建議，從業者的角度去看哪些才是想要看的結果，也給同學帶來很大的震撼，像是業者就有提到，有些研究發現是不用做這個研究就可以知道的，這方面就不用呈現出來。除了學會基本的技術外，同學深深學到的就是如何將數據的結果溝通給業者，說服他接受，這個在職場上才會有機會體驗，但透過此產學課程同學就可預先體驗和業者溝通提案想法的過程，這也是同學覺得不錯的地方。

➤ 微電影規劃與製作能力

透過本課程可讓同學學會微電影的主題設定、腳本設計、分鏡圖繪製以及後來的片廠分工、影片剪輯與後製能力，也學會了PR軟體。除了上述的技術部分，也讓同學明白要先知道企業的核心理念與品牌概念後，並透過行銷研究了解消費者的想法後，才能有效設定微電影主題並制定腳本，並透過期中發表和業主直接溝通想法，並進行修正，在課堂上預先體驗到職場文化。

➤ 農產品整合行銷推廣能力

透過課堂所學，同學學會推廣企劃應該要包含的元素以及架構，包括行銷難題、行銷目標、目標顧客分析、定位分析、推廣組合企劃、預期成效以及控制等等。同學們首先透過行銷研究了解消費者對果乾以及對芭芭果的消費習慣，根據統計分析將消費者進行市場區隔，選擇適當的目標市場後，再發揮創意打造符合目標市場的推廣組合與活動。透過這次的推廣企劃，可以看到學生大致都能掌握推廣企劃的元素與架構，只是不同同學在規劃上的細緻與創意程度不同，表現皆可圈可點。

(3)課程遇到的問題與困難

- COVID-19 疫情影響實作成效，打亂課程規劃

原定微電影實際拍攝時間為 5 月底，但是人算不如天算，2021/5/17 因為疫情轉嚴峻，開始實施防疫措施，導致微電影拍攝遇到困難，因為微電影必須要在室內與室外一群人拍攝，會有感染風險，同學們紛紛表示害怕與擔憂，本想要採用拍攝遠距版本的微電影，但業者希望拍攝的影片能適用於一般情境而非疫情情境，再加上顧及同學安全的考量下，決定取消微電影的實際拍攝，各組期末只需提出一個完整的推廣企劃報告。

即使無法拍攝微電影，期中各組發想的微電影腳本也可給企業做為參考，以後可請專業團隊拍攝將想法實現之，此外，疫情爆發遠距上課後，本課程還是有邀請微電影製作業師余治明老師以遠距上課的方式和同學分享微電影製作，並將上課結果錄影，供同學後續複習之用，強化同學在職場的競爭力。

- 分組報告常會有之搭便車問題

這次為減輕同學在產學課程的負擔，採用分組方式進行，考量到要拍攝微電影、進行問卷調查及擬定推廣企劃，開放較多人(6-7 人)一組進行，然而，人多就會產生搭便車問題，有些同學向我反映部分同學很少參與討論，或是報告內容參與很少，目前是以互評的方式處理，作為期末評分的參考。此次經驗讓我知道之後若有幸再能實行類似的產學導向課程計畫，除了要用團體的方式評估同學的表現，亦要採用個人的評鑑方式，並要求每位同學都要參與報告分享，以降低搭便車問題。

(4)省思與未來的展望

- 危機處理的重要性

這門課一直運作得不錯，同學很享受在與業師互動的過程，從剛開始懵懵懂懂微電影到後來業師給予腳本建議，到後來甚至同學會與業師在課堂上一起修正腳本分鏡，原本同學熱血沸騰，躍躍欲試地想要拍攝，但卻遇到了疫情大魔王，造成無法拍攝的狀況，主要原因就是同學腳本都是以校園為主，而疫情嚴峻皆鼓勵宅在家裡，因此微電影很多先前設定的腳本只能作罷。

從同學的質性回饋看到仍有少數同學對於無法拍攝微電影深感遺憾，這也表示主持人在安排課程時，還是要進行情境規劃，針對疫情時與非疫情時微電影的要求事先講清楚，並與同學和業者協調好，這樣即使發生疫情，同學們還是會有一個以疫情時期為基礎的微電影腳本可以進行拍攝。因為產學導向的課程很多時候會涉及企業和同學的互動，極可能會受到疫情影響，可能未來產學導向的課程，也要有因應疫情時期的備案，且要事先要在業者、老師與學生三方面之間達成共識。

- 可以擴大合作的範圍，提出教育部相關的計畫

從教發中心問卷得知本課程的質性建議有同學提到合作的企業可以不只芭芭果，可以擴大到不同產業，這個想法或許可以修飾為和同一個產業的不同公司進行合作，因為不同產業特性不同，可能不一定能符合本課程農業行銷管理。但若是擴大到同產業不同公司，可能在現有預算下是不足的，不管是同業還是異業，若要擴大規模就可能要轉向教育部提出教學實踐研究計畫才可以申請到較高的經費，並進行多元的產學合作。像是同學的期末報告有提到芭芭果可以和永續企業，像是 ECOCO 合作推出聯名產品，一起愛地球，而永續企業亦是當代的趨勢，因此未來可以擴大本計畫提出一個永續農業產業為基礎的產學合作課程設計，可向教育部申請經費。

學生學習成果

本課程學生學習成果主要是反映在果乾產業問卷設計、期中報告、期末報告與心得回饋上，將會分別以部分圖片呈現，詳細內容請參考附件六。

● 問卷設計 (以下只展示問卷示意圖，可以掃 QR Code 看問卷全貌)

<p>第一組</p> <p>29 您在購買產品時哪種風格的包裝會更加吸引你的注意力? *</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p><input type="radio"/> 精簡環保</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p><input type="radio"/> 有特色、趣味</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p><input type="radio"/> 增添品牌理念</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p><input type="radio"/> 環保簡約</p> </div> <div style="width: 100%; text-align: center; margin-top: 10px;"> <p><input type="radio"/> 其他</p> </div> </div>		
<p>第一組的問卷情境題重視包裝設計</p>		
<p>第二組</p> <p>消費習慣</p> <p>以下問題請依照您平時的消費習慣來回答，感謝您</p> <p>14 吃果乾最注重? *</p> <p>複選</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%; text-align: center;"><input type="checkbox"/> 健康</div> <div style="width: 50%; text-align: center;"><input type="checkbox"/> 飽足感</div> <div style="width: 50%; text-align: center;"><input type="checkbox"/> 外觀</div> <div style="width: 50%; text-align: center;"><input type="checkbox"/> 口感</div> <div style="width: 50%; text-align: center;"><input type="checkbox"/> 口味</div> <div style="width: 50%; text-align: center;"><input type="checkbox"/> 氣味</div> <div style="width: 100%; text-align: center; margin-top: 10px;"><input type="checkbox"/> 其他</div> </div>		
<p>第三組</p> <p>第一題 *</p> <p>假設芭芭果舉辦一場商品體驗會，商家理念是將水果用最天然、最原始的方式製成，主打新鮮、低糖，只使用水果本身及糖鹽做醃製，能吃到水果的原味以推廣到國際。而在體驗試吃的活動期間會跟您介紹芭芭果的歷史，以及果乾的製作流程以及知識，讓您能更認識果乾這項產品。</p> <p style="text-align: center;">非常不同意 不同意 普通 同意 非常同意</p> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>我認同商家的經營理念</p> <p style="text-align: center;">○ ○ ○ ○ ○</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>舉辦此種體驗會增加我的購買意願</p> <p style="text-align: center;">○ ○ ○ ○ ○</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>先了解果乾的製作流程，讓我對果乾很有興趣</p> <p style="text-align: center;">○ ○ ○ ○ ○</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>我對體驗試吃果乾感到相當有興趣</p> <p style="text-align: center;">○ ○ ○ ○ ○</p> </div>		
<p>第三組問卷情境題以實體果乾體驗活動為主打</p>		

● 期中報告

第一組作品：

<p>第一組期中報告封面與參與名單</p>	<p>使用集群分析技術將顧客分成四群</p>																								
<p>為主要目標客群繪製人物誌</p>	<p>第一組微電影主題芭芭果女孩成長記</p>																								
<p>芭芭果女孩 - 永遠的16歲篇 場景: 學校不同角落 (教室、草地角落) 角色: 女主x1, 男友x1, 女主好友x1 SLOGAN: 『好的人生, 不要被動期待』 道具: 男生、女生學生制服 x 1; 芭芭果果乾全品項 x 1; 芒果乾300克</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>鏡數</th> <th>畫面說明</th> <th>對白</th> <th>聲音</th> <th>秒數</th> <th>描述</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>(教室內) 鏡頭定格在女主跟閨密聊天</td> <td>女主朋友: A, 你生日就要到了, 你男友有要跟你一起過嗎? 女主: 不知道耶, 他也沒跟我說。 女主朋友: 我想他應該會準備驚喜吧? 畢竟你們感情那麼好! 女主: 好吧! 其實我也蠻期待的(甜甜的笑)</td> <td></td> <td></td> <td>中景 - 近景 女主跟閨密坐著, 由桌面開始, 到開始吃東西可以轉近景</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>(教室內) 男生在等女朋友跟閨密聊天</td> <td></td> <td>男生發出不耐煩的聲音</td> <td></td> <td>中景-遠景 由女主視角開始拉遠景, 看到男主在玩手機</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>(教室內) 男生在跟女生LINE</td> <td></td> <td>LINE發出跟接收的聲音</td> <td></td> <td>超近景 男主手機動態</td> </tr> </tbody> </table>		鏡數	畫面說明	對白	聲音	秒數	描述	1	(教室內) 鏡頭定格在女主跟閨密聊天	女主朋友: A, 你生日就要到了, 你男友有要跟你一起過嗎? 女主: 不知道耶, 他也沒跟我說。 女主朋友: 我想他應該會準備驚喜吧? 畢竟你們感情那麼好! 女主: 好吧! 其實我也蠻期待的(甜甜的笑)			中景 - 近景 女主跟閨密坐著, 由桌面開始, 到開始吃東西可以轉近景	2	(教室內) 男生在等女朋友跟閨密聊天		男生發出不耐煩的聲音		中景-遠景 由女主視角開始拉遠景, 看到男主在玩手機	3	(教室內) 男生在跟女生LINE		LINE發出跟接收的聲音		超近景 男主手機動態
鏡數	畫面說明	對白	聲音	秒數	描述																				
1	(教室內) 鏡頭定格在女主跟閨密聊天	女主朋友: A, 你生日就要到了, 你男友有要跟你一起過嗎? 女主: 不知道耶, 他也沒跟我說。 女主朋友: 我想他應該會準備驚喜吧? 畢竟你們感情那麼好! 女主: 好吧! 其實我也蠻期待的(甜甜的笑)			中景 - 近景 女主跟閨密坐著, 由桌面開始, 到開始吃東西可以轉近景																				
2	(教室內) 男生在等女朋友跟閨密聊天		男生發出不耐煩的聲音		中景-遠景 由女主視角開始拉遠景, 看到男主在玩手機																				
3	(教室內) 男生在跟女生LINE		LINE發出跟接收的聲音		超近景 男主手機動態																				
<p>第一組微電影以芭芭果女孩為主題, 在女主角的成長過程中都會有芭芭果的陪伴, 又分為永遠的 16 歲篇(學生時期談戀愛)、壓抑的 26 歲篇(上班工作壓力舒緩)與溫暖的 36 歲(當了媽媽後和孩子共享芭芭果), 若要看詳細的腳本請參考附件六。</p>																									

第二組作品：

<h2 style="text-align: center;">芭芭果期中報告</h2> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="font-size: 0.8em;"> <p>組別：第二組</p> <p>企三甲 407381447 趙嘉祺</p> <p>企三甲 407381162 許紹為</p> <p>企三甲 407381344 王翠陶</p> <p>企三甲 407381459 林品潔</p> <p>企三甲 407381538 李綺衣</p> <p>企四丙 406383216 李丞哲</p> <p>管理領二 408316164 周仕翔</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>芭芭果 Babaguo</p> </div> </div>	<h3 style="text-align: center;">第二群 - 健康果乾狂熱花枝族</h3> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <table border="1" style="font-size: 0.7em; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #333; color: #fff;">基本資料</td> <td>性別</td> <td>男 (22%) 女 (78%)</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">年齡</td> <td>18歲以下 (10%)</td> <td>19-25歲 (76%)</td> </tr> <tr> <td>26-35歲 (6%)</td> <td>36-45歲 (4%)</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">職業</td> <td>學生 (86%)</td> <td>上班族 (10%)</td> </tr> <tr> <td>家管 (2%)</td> <td>其他 (2%)</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">可支配所得</td> <td>10000元以下 (48%)</td> <td>10001-15000元 (30%)</td> </tr> <tr> <td>15001-25000元 (4%)</td> <td>25001-35000元 (14%)</td> </tr> <tr> <td>35001元以上 (4%)</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #333; color: #fff;">因子特性</td> <td>果乾資訊</td> <td>1.1427013</td> </tr> <tr> <td></td> <td>小農產品</td> <td>0.5238990</td> </tr> <tr> <td></td> <td>健康食品</td> <td>0.4103488</td> </tr> </table> <div style="font-size: 0.8em;"> <p>這群人是喜愛好果乾的一群，此外他們也重視小農相關產品及其資訊，並且愛好健康食品。</p> </div>  </div>	基本資料	性別	男 (22%) 女 (78%)	年齡	18歲以下 (10%)	19-25歲 (76%)	26-35歲 (6%)	36-45歲 (4%)	職業	學生 (86%)	上班族 (10%)	家管 (2%)	其他 (2%)	可支配所得	10000元以下 (48%)	10001-15000元 (30%)	15001-25000元 (4%)	25001-35000元 (14%)	35001元以上 (4%)		因子特性	果乾資訊	1.1427013		小農產品	0.5238990		健康食品	0.4103488
基本資料	性別	男 (22%) 女 (78%)																												
年齡	18歲以下 (10%)	19-25歲 (76%)																												
	26-35歲 (6%)	36-45歲 (4%)																												
職業	學生 (86%)	上班族 (10%)																												
	家管 (2%)	其他 (2%)																												
可支配所得	10000元以下 (48%)	10001-15000元 (30%)																												
	15001-25000元 (4%)	25001-35000元 (14%)																												
	35001元以上 (4%)																													
因子特性	果乾資訊	1.1427013																												
	小農產品	0.5238990																												
	健康食品	0.4103488																												

第二組期中報告封面與參與名單

針對主要目標市場進行集群描繪

產品：
發展延伸產品—果汁、果醬、蔬果脆片；針對女性無糖減糖系列產品

價格：果乾可接受最高價格 17.8

通路：增加販售通路（便利商店、超市、連鎖量販店）

推廣：

1. 針對學生朋友、情侶間實體宣傳 - 「芭芭果熟練你和我！」
2. 針對學生族群推出促銷折價優惠吸引他們
3. 人員銷售：推出試吃活動
4. 網路行銷 - 「果然需要你」、「人生經歷，給你勇氣」

1)以FB、IG、Youtube 做廣告投放為主要行銷方式
2)FB貼文分享或TAG活動(口碑行銷)

推廣策略



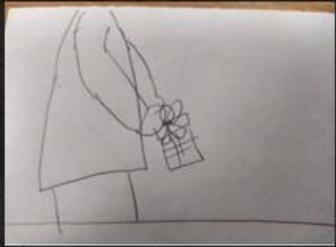
核心 Slogan

人生中的各階段，開心難過甚至是談戀愛，都有芭芭果伴你左右

- " 芭芭果，戀愛的路上開花結果 "-

根據分析結果擬定初步的推廣策略方向

第二組微電影主題環繞在戀愛

分鏡編號	分鏡	地點	內容
10-3		公園	鏡頭轉成側面。半身鏡頭。男主點了女主肩膀。女主轉身。男主臉部入鏡。
10-4		公園	男主從背後拿出禮物（芭芭果）。給禮物特寫。

第二組微電影以戀愛為主題，影片中描述一個男生對女生的愛，以芭芭果為傳情道具，剛開始女生會發現在她遇到困境的時候都會出現芭芭果乾來讓她開心，但不知道是誰送的，直到後來才知道是她在交友軟體認識的男主角默默送的，最後相遇但留下開放式的結局供觀眾想像，若要看詳細的腳本請參考附件六。

第三組作品:



農業行銷

企三 丙407383562 謝 昱 捷
 企三 丙407383469 王 登 達
 企三 丙407382233 蕭 登 瀟
 企三 丙407383550 郭 勝 濤
 企三 丙407383316 呂 學 翹
 企四 乙406382717 蕭 雨 涵

	饕餮族	饕餮族	佛系購物族	精緻細溫族
在網購買果乾	便利商店(39.4%) 量販店(21.2%)	市集販賣(26.7%) 其他(50.0%)	便利商店(50.0%) 市集販賣(20.0%)	便利商店(34.3%) 量販店(31.4%)
廣告購買費用	100元以下(18.2%) 101-300元(69.7%)	100元以下(16.7%) 101-300元(65.0%)	100元以下(20.0%) 101-300元(75.0%)	100元以下(22.9%) 101-300元(67.6%)
購買時注意事項	健康(15.2%) 口味(51.5%)	健康(25.0%) 口味(51.7%)	健康(45.0%) 口味(20.0%)	健康(62.9%) 口味(22.9%)
什麼情況下會購買果乾	日常零食(54.5%) 送禮(15.2%) 親友推薦(15.2%)	日常零食(60.0%) 親友推薦(15.0%)	日常零食(30.0%) 想嘗試新口味(25.0%)	日常零食(45.7%) 送禮(20.0%) 親友推薦(20.0%)
怎樣的優惠比較吸引你	滿1000元免運(24.2%) 消費滿1000贈送9折優惠(30.3%)	消費滿1000贈送9折優惠(46.7%) 果乾任選買十送一(23.3%)	消費滿1000贈送9折優惠(35.0%) 多種口味組合優惠(30.0%) 1200贈送1000元(30.0%)	消費滿1000贈送9折優惠(57.1%) 果乾任選買十送一(28.6%)
贈送哪些	芭芭果(33.3%) 以上皆無(21.5%)	幸福果脯(21.7%) 以上皆無(43.0%)	幸福果脯(20.0%) 以上皆無(75.0%)	幸福果脯(40.0%) 以上皆無(51.4%)

第三組期中報告封面與參與名單

針對不同顧客進行描繪並得知差異

行銷目標

短中長期目標

	短期	中期	長期
時間	2021年	2022、2023年	2024年後
目標	1. 推廣果乾文化及經營理念。 2. 提升品牌知名度，增加來客量。 3. 鞏固現有顧客，維繫品牌忠誠度。	1. 開拓市場，提升銷售量。 2. 強化現有網路平台，並增加其他服務項目。	1. 增設實體店面。 2. 結合果農，落實企業社會公益。

使用產品

前一個月月送金柚子乾
 理念：有一群人為未來、為家打拼著，連吃頓飯的時間都難以抽出。

陽光飽滿鳳梨果乾
 理念：鳳梨是如此地迷人，擁有零許多命名，象徵著不同地方文化。

威風百年的味香檸檬片
 理念：夏天，是分道揚鑣的離別。

影片時長：3~5分鐘

影片類型：溫馨有趣型

出演人員：阿公、大孫子、小孫子

幕後人員：配音人員、拍攝人員、影片人員

短中長期行銷目標的設定

第三組微電影需要的道具與影片屬性

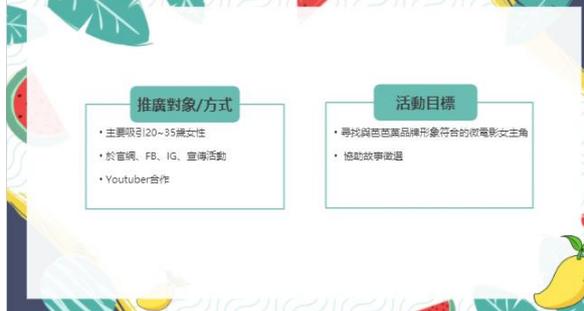
幕次	分鐘	對白	畫面描述	秒數	音樂
第四幕	中景拍攝，果園 	「你們看！這就是我們的秘密。」	以黑白色或年代感的畫面呈現此幕為過去回憶的畫面，拍攝阿公拿出芭芭果的畫面，接著遞給兩個孫子。	10~15秒	鄉村音樂

第三組微電影以阿公對果乾的熱情以及祖孫情為主題，影片中描述一個阿公一直以來都在做果乾，用賺來的錢餵養孫子，孫子們和阿公相處融洽，阿公告訴孫子們說芭芭果就是我們為什麼會那麼溫馨的秘密，後來阿公因為生病去世，臨走前留下我想要吃芭芭果的遺言，孫子們處於在傷心的氛圍，孫子後來就想實現阿公的遺願，後來努力找到芭芭果乾讓整個氣氛變得歡樂，若要看詳細的腳本請參考附件六。

● 期末報告

期末報告雲端影片連結請見附件六(<https://bit.ly/3xy4GBM>)

第一組作品：口頭報告

 <p>農業行銷第一組期末報告</p> <p>陳穎姿、劉書瑜、周儒芳、劉子齊、梁耀章、白牧群、黃姿毓</p>	 <p>中期-芭芭果女孩是你我她 Youtuber宣傳</p>
<p>第一組期末報告封面與組員名單</p>	<p>中期以網紅來分享芭芭果女孩故事</p>
 <p>推廣對象/方式</p> <ul style="list-style-type: none"> • 主要吸引20-35歲女性 • 於電視、FB、IG、宣傳活動 • Youtuber合作 <p>活動目標</p> <ul style="list-style-type: none"> • 尋找與芭芭果品牌形象符合的微电影女主角 • 協助故事講述 	 <p>執行方式</p> <p>第一階段</p> <p>白癡公主</p> <p>新竹女團熱門團志趣好... 回！趁趁及人話出山林野鬼... 觀看次數：13萬次・2 週前・99%</p> <p>外送與穩定！外送與台中從來... 看過的4個醫院？【白癡公... 觀看次數：9.7萬次・5 天前・99%</p> <ul style="list-style-type: none"> • 整個活動由白癡公主開始，由白癡公主創作故事再讓其他youtuber拍攝影片，從中選入產品及整個贈送活動 • 發揮白癡公主擅長的本色創作無厘頭故事使整人不會太突兀
<p>中期推廣對象/方式以及活動目標</p>	<p>第一階段請白癡公主來進行網紅行銷</p>
 <p>效果評估</p> <ul style="list-style-type: none"> 芭芭果會員數增加500人 微电影點擊率達到5000次 FB粉絲增加300% 各活動參與投票人數達至500人 參與徵選人數提升至100位 全期增加產品銷售10% 	
<p>第一組期末報告推廣企劃以網紅貫穿，包括運用富有知名度的網紅譬如白癡公主、芊芊、小吳等等製造話題，並企圖要培養一般消費者成為網紅為芭芭果代言，企劃書結構完整豐富，可行性較高，但創意部分需要加強，若要看詳細的腳本請參考附件六。</p>	

第一組作品：書面報告



農業行銷-芭芭果期末報告

第一組
組員：
梁耀章
白牧群
陳穎姿
劉書瑜
黃姿毓
劉子齊
周儒芳

活動主題	芭芭果女孩是你她：網紅分享													
推廣方式	網紅分享													
選擇原因	由於行銷對象為年輕女性，故使用她們經常觀看的網紅宣傳會更容易觸及目標客群，而選擇IG是因為目標客群較會使用IG，是次活動希望能引導客群到芭芭果官網。													
活動目標	1. 尋找與芭芭果品牌形象符合的微電影女主角 2. 協助故事徵選													
推廣對象	年輕女生（小丸子）													
執行技巧	<ul style="list-style-type: none"> · 白蠟公主 154萬粉絲 平均觀看量41.5萬 · 整個活動由白蠟公主開始，由白蠟公主創作故事再讓其他youtuber拍攝影片，從中置入產品及整個徵選活動 · 發揮白蠟公主搞笑的本色創作無厘頭故事使置入不會太突兀 · 見習網美小吳 97.8萬粉絲 平均觀看量55.2萬 · 拍攝白蠟公主的創作故事 · 除了白蠟公主的無厘頭再加上小吳團隊的創意直接變成惡搞片，主要是吸眼球之作，要盡力上热搜 · 千千進食中 77萬粉絲(臉書) 65.4萬粉絲(IG) · 成為芭芭果女孩活動一員分享故事 - 醫理時期故事為主，以她的人氣再搭上醫理風潮，希望可以吸引眼球 · 也可以順便以她的故事成為其中一個故事，後續可找她代言，如效果反應好 													
推廣工具	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th>工具類型</th> <th>媒介</th> <th>類型</th> </tr> <tr> <td rowspan="3">網紅行銷</td> <td>Youtube</td> <td>有線分享芭芭果產品及介紹活動</td> </tr> <tr> <td>youyuber IG</td> <td>業配文+送產品</td> </tr> <tr> <td>youyuber FB</td> <td>有線分享芭芭果產品及介紹活動</td> </tr> </table>	工具類型	媒介	類型	網紅行銷	Youtube	有線分享芭芭果產品及介紹活動	youyuber IG	業配文+送產品	youyuber FB	有線分享芭芭果產品及介紹活動	評估		
工具類型	媒介	類型												
網紅行銷	Youtube	有線分享芭芭果產品及介紹活動												
	youyuber IG	業配文+送產品												
	youyuber FB	有線分享芭芭果產品及介紹活動												
成本評估	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th>項目</th> <th>金額</th> <th>備註</th> </tr> <tr> <td>網紅邀約費用</td> <td>\$150,000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>產品成本</td> <td>\$9,000</td> <td>3*3000(3位youtuber滿菓全席)</td> </tr> <tr> <td>總預算</td> <td>\$159,000</td> <td></td> </tr> </table>	項目	金額	備註	網紅邀約費用	\$150,000		產品成本	\$9,000	3*3000(3位youtuber滿菓全席)	總預算	\$159,000		
項目	金額	備註												
網紅邀約費用	\$150,000													
產品成本	\$9,000	3*3000(3位youtuber滿菓全席)												
總預算	\$159,000													
效果評估	1) 芭芭果官網瀏覽人數提升200% 2) 活動投票人數增加300人 3) 增加銷售3%													

第一組書面報告封面與網紅分享詳細企劃

	IG名	粉絲人數	類型	每週更新次數	平均讚數	平均留言數	貼文風格	有否其他頻道	預算計畫	未來宣傳規劃	IG網址
1	佳樂寧	18K	生活	5次	70	30	人物照	Youtube	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/in00vnuen-1/
2	反逆糧食女子	1.1K	美食	2次	40	40	美食照	否	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/evileater/
3	小比	1.3k	生活	3次	30	35	人物照	否	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/mak-in-liver028/
4	李魚台北菜會	5475	美食	3次	60	5	美食照	否	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/i-love-food-in-travel/
5	子馨	5413	美照	2次	250	30	人物照	否	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/tiffanys123/
6	卡翠蓮	1k	生活	3次	20	5	人物照	否	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/katrina_101/
7	小燕	5620	生活	4次	20	30	人物照	否	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/rose0331/
8	雅琪	1.5k	生活	3次	30	5	人物照	Facebook	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/zejin1115/
9	晴	3665	生活	5次	50	60	人物照	Youtube	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/rainbow_chi/
10	孟萱	3760	生活	6次	20	30	人物照	否	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/lumi_01/
11	陳自麗	7799	生活	2次	60	20	人物照	自己經營賣場	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/leiji_01/
12	韓吉	1.3k	美照	3次	90	30	人物照	否	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/killi_henry/
13	恩慈	2461	生活	2次	250	30	人物照	痘皮	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/mo_tram/
14	陳學書	3.8k	生活	4次	1000	40	人物照	自己經營賣場	贊助產品	IG抽獎	https://www.instagram.com/velablue34/
15	李心潔	2446	生活	2次	30	30	人物照	IG社群帳號	圖文內容		https://www.instagram.com/shiney1/
16	小光	1.5k	生活	5次	350	30	人物照	Youtube	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/gaue_wumi11/
17	ivy	5256	美照	2次	20	15	人物照	IG社群帳號	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/ivy_2233bb/
18	Ada	2562	生活	1次	40	20	人物照	Youtube	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/ariesen-01/
19	MIMI SUM	1.1K	生活	3次	20	5	人物照	否	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/mikisum/
20	NG HEI	1.1K	生活	3次	50	20	人物照	否	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/fejng/
21	九龍蛋	1.3k	生活	2次	1000	30	人物照	否	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/9is1231/
22	ARIE LIN	2.8k	生活	3次	1000	30	人物照	否	贊助產品	IG抽獎	https://www.instagram.com/arieclin/
23	冠琪	5236	生活	3次	20	5	人物照	IG社群帳號	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/ivy_817/
24	月月	6067	生活	4次	50	40	人物照	否	贊助現金券	圖文內容	https://www.instagram.com/smile_19940909/
25	Joyce 喬伊	1.5k	生活	4次	350	30	人物照	否	贊助現金券	產品置入	https://www.instagram.com/joyce_0408/

農業行銷微網紅企劃案之微網紅資訊比較表

第二組作品：口頭報告



第二組期末報告封面與組員名單

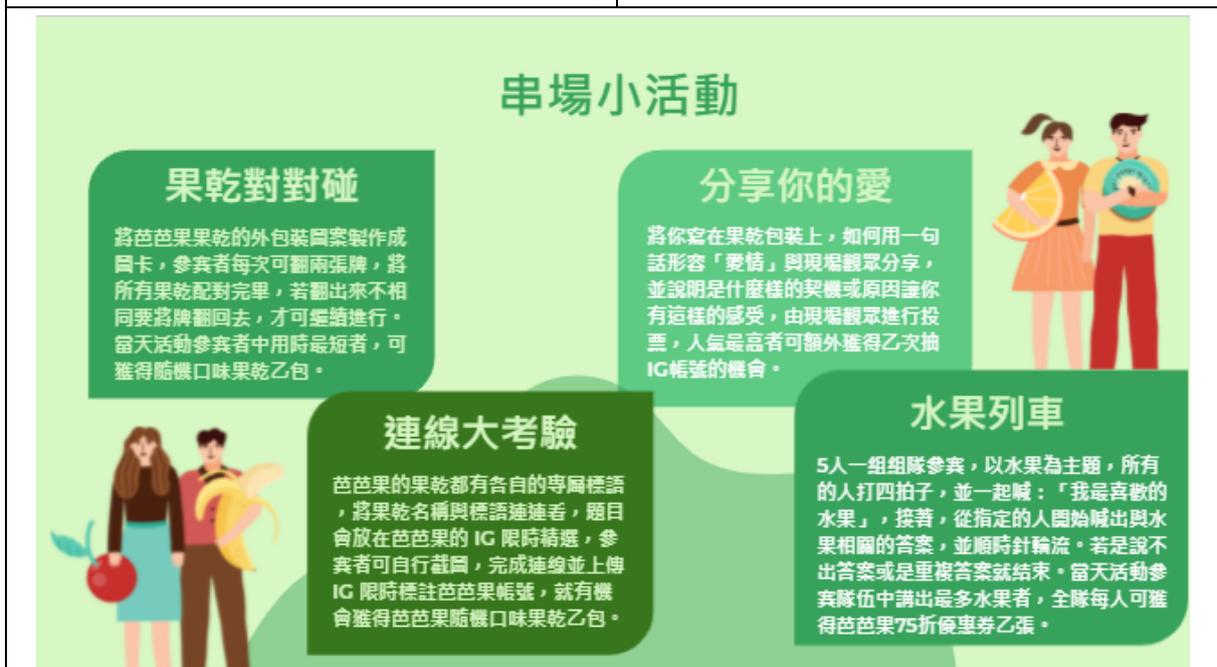
相知、相遇、相惜創意策略概述



短期主打活動為「芭芭果就要讓你愛上我」



詳細的活動執行方式，以情人果乾為主打



第二組期末推廣企劃報告以短期的相知、中期的相遇、長期的相惜系列活動貫穿，從企劃書中可見其用心，不論是在簡報的設計、活動安排的趣味性上都很有看頭，特別是針對果乾與水果設計了四種小遊戲，以及長期的推廣企劃中提到和永續企業 ECOCO 合作推出聯名商品與淨灘活動，與永續發展的全球趨勢接軌，若要看詳細的腳本請參考附件六。

第二組作品：書面報告

農業行銷期末報告	
組別：第二組	
組員：企三甲 407381344 王絮昀 企三甲 407381538 李結衣 企三甲 407381447 趙嘉祺 企三甲 407381459 林品豪 企三甲 407381162 許紹為 企四丙 406383216 李丞哲 管理碩二 408316164 周仕翔	
(一)成為環境友善新成員	
活動主題	成為環境友善新成員-與 ECOCO 環境友善公司合作(聯名行銷)
訴求	
面臨困境	1.如何讓芭芭果在民眾心中留下「環境友善」形象 2.沒有吸引潛在客群注意的特色
選擇原因	與環保企業 ECOCO 公司合作： 雖然無法如實體商店引進機台擺放至商家，但能透過網路聯名合作，透過 ECOCO 本身在消費者心中，環保友善企業的品牌形象，間接影響其他潛在顧客對於芭芭果的看法及態度(想到綠色企業，就想到 ECOCO，就想到芭芭果)。 此外，透過將芭芭果產品與 ECOCO 進行聯名，除了能夠於 ECOCO 官網上進行販賣，更能透過實體廣告方式，在 ECOCO 的智慧回收機上，也能呈現芭芭果合作圖案及聯絡購買方式，除了能提升自身綠色企業形象，更能擴展其他推廣管道，不僅接觸到 ECOCO 的客群，也使潛在消費者能因著想回饋社會的心，有著其他來購買芭芭果產品動機，並讓目標客群也更願意主動宣傳芭芭果，將其介紹或推廣給其他親朋好友。
活動目標	建立芭芭果「永續環境企業」品牌形象，吸引潛在客群的注意及加入
推廣方式	聯名行銷、聯盟行銷(粉專、官網)、網路行銷、公共關係、促銷、實體推廣
推廣對象	垃圾食物荷馬族、愛好健康小農產品美族
執行技巧	
執行方式	活動:與環保企業 ECOCO 公司合作 ECOCO 簡介:結合 ECO 與 COIN 理念，將廢資源投入「ECOCO 宜可智慧

第二組書面報告封面與長期推廣企劃詳細規劃

時間:2026年1月

地點:兩家公司官網、粉專(聯盟行銷)、ECOCO 實體機台

合作對象:ECOCO 凡立橙股份有限公司

STEP1:於 ECOCO 公司官網與其聯繫進行合作洽談

STEP2:推出聯名產品-「芭芭愛 ECO 環保」

在芭芭果產品包裝及 ECOCO 機台上附上與 ECOCO 公司合作圖案



STEP3:將聯名產品放至 ECOCO 自家網路商城進行拍賣

*此部分將採取 ECOCO 與 MIKY 冰淇淋合作模式，透過在 ECOCO 網路商城



STEP4:實體推廣

於 ECOCO 智慧回收機上刊登芭芭果與 ECOCO 合作商標及其芭芭果聯絡、購買管道等資訊。如：在機台螢幕顯示芭芭果資訊、在機台旁邊貼上官網連結 QR code。

精心製作芭芭果與 ECOCO 聯名產品的品牌 LOGO，ECOCO 吃芭芭果，很有創意

第三組作品：口頭報告

NO.3

農業行銷 期末推廣策略

區三商 407383562 謝呈達 區三商 407383469 王夢琪
 區三商 407382233 蕭科輝 區三商 407383550 郭曉蓉
 區三商 407383316 卓志遠 區中商 406382717 蕭雨迪



詳細規劃與做法

	短期	中期	長期
時間	2021下半年	2022上半年	2022下半年
創意策略	根上的綠芽	泥中蓄勢待發	海上的芭芭果實
活動規劃	芭比娃娃 芭芭那語芭芭芭樂乾 芭芭那語芭芭芭樂乾 果年吉祥話	果然遇見你 芭芭在泡妞 這是您的包裹	時光果食



第三組期末報告封面與組員名單

相當有創意的命名各時期的創意策略

短期活動三

活動主題：他的手可以穿過我的芭芭——市果棧推廣試吃活動

活動時間：2021/7/31、2021/8/7，活動目標：利用試吃凸顯口味的優勢來提升買氣

推廣工具：網路行銷、銷售促銷、線下活動，目標對象：愛吃鬼族

執行方式：

- 將不同口味的果乾放入推廣樂的保麗龍盒中，並在其中放入一些彩蛋獎品，在市果棧販售其商品並進行試吃活動，免費給來購位的顧客進行推廣遊戲並獲得其中的果乾試吃，若抽到優惠券可以現場使用。
- 在活動前一週於Facebook及Instagram發布活動貼文，藉此來推廣此次的活動。

效益評估：

- 預估活動參與人數500人
- 透過推廣樂試吃活動提升芭芭果年銷售量5%
- Facebook和Instagram追蹤人數增加3%





項目	金額	備註
損耗費	推廣樂材料100*10個 =1000元	
果乾成本	果乾獎勵2000元	推廣樂內容物
場地費	租金600*2天 =1200元	
人事費	時薪160*3人 一天8小時*2天 =7680元	
總預算	12880元	



「他的手可以穿過我的芭芭」活動規劃

逗趣的投影片設計，畫風可愛

長期

預期成果：

到處充滿著歡笑與嬉鬧聲，
有家庭旅遊、情侶約會、親子遊戲為目的的遊客們，
也會有國中小的學校將芭芭果納入校外教學的行程，供孩子們邊遊戲邊學習。






第三組期末報告推廣企劃以活潑可愛有趣的投影片設計主題貫穿，可以看出每個活動的命名相當有創意，像是芭比娃娃、芭芭在泡妞、你的手穿過我的芭芭等等，投影片設計也是三組中最高為用心的，有可愛逗趣的畫風，然而，在企劃細緻的程度以及完整性的部分需要加強，若要看詳細的腳本請參考附件六。

第三組作品：書面報告



農業行銷管理 期末推廣策略

組別：第三組
指導老師：曾祥景老師
組員：
企三丙 407383562 謝昱捷
企三丙 407383469 王韋頌
企三乙 407382233 蕭程洋
企三丙 407383550 郭曉潔
企三丙 407383316 呂學嘉
企四乙 406382717 蕭雨涵

	族群二
注意成份比例	-0.3905162
購買時經家人同意	-0.5495463
因為推薦而購買	0.0459406
飯後想吃水果	0.4507773



1. 注重口味
2. 於市集購買果乾
3. 將果乾做為飯後點心
4. 自我意識強烈
5. 提供試吃活動

第三組書面報告封面以及可愛逗趣的圖像設計

活動主題		評估			
芭芭在泡妞——各地試吃會及果乾飲料販賣					
訴求					
時間	活動時間：2022/3/1至2022/5/31				
地點	各地市集、老街、休息站伴手禮區				
選擇原因	由水果加工製成的水果果乾，因來源天然而且吃起來方便，近年來大受歡迎，被奉為理想的「健康零食」。然而對於以網路平台為主的芭芭果，果乾的味道無法展現是一大硬傷，因此在中期希望能漸漸以小型實體通路。使消費者能夠實際品嚐，並以自家實驗飲品進行創意推廣。				
活動目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 吸引潛在消費者，提升銷售量 2. 增加產品項目並藉市集、人群加之推廣宣傳 				
推廣工具	網路行銷、廣告、人員銷售 以口碑行銷為主要手段，使群眾討論品牌與產品。 人員銷售利用面對面的教學、溝通能達成推廣效果。				
目標對象	愛家族、精挑細選族				
		成本評估	項目	金額	備註
			飲料瓶身	20*2000瓶 40000元	芭芭果特別包裝瓶。
			果乾成本	35*3000包 105000元	現場販賣及製程飲料的成本
			水、氣泡水	無成本	備氣泡水機
			場地費	50000元	各場地平均共三個月
		人事費	時薪160*4人 一天8小時 80工作 輪班制 204800元	現場人事費	
		風險考量	<ol style="list-style-type: none"> 1. 場地及天氣不可控，人員須視情況進行調整與協助。 2. 勢必加強品牌形象與故事，不能讓顧客一喝或一買即忘。 		

執行方式	<ol style="list-style-type: none"> 1. 大量參與節慶、活動、市集、老街、甚至休息站的伴手禮專區，以上述地點作為地點發展。 2. 舉行果乾試吃活動，並以果乾沖泡茶和果乾氣泡水為飲品，以飲品為輔助帶出果乾天然的風味。 3. 現場人員現調現喝，並在旁設立配方QRcode，能夠在享用的同時，了解原料與製作方式。 4. 配合飲料瓶身標記芭芭果與一旁親友享8折優惠。 現場果乾每包100元。 果乾沖泡茶和果乾氣泡水每瓶50元。
------	--

效益評估	<ol style="list-style-type: none"> 1. 網頁瀏覽量提升，獲取粉專、IG追蹤人數。 2. 預計成本：399800元，預計收益：500000元，淨利：100200元 3. 將品牌深植入顧客心中，且藉由限時動態的口碑傳播，快速開啟果乾市場。 4. 創新飲品，複合式攤位製造話題。
------	--

芭芭在泡妞活動詳細規劃以及預期成效

● 業師給同學之回饋建議

業師給同學期中報告之意見回饋

產學成果導向課程－農業行銷管理 期中發表 評分評語表						
評分標準： 報告態度、配合度、行銷專業						
組別	腳本與分鏡評分				總分	評語與建議
	創意發想 (40%)	故事架構 (30%)	分鏡腳本完整度 (20%)	上台報告 (10%)		
第一組	35	28	16	7	86	1. 目標族群的活動與推廣度再契合一點。 2. 推廣方面的配合度。 3. 微電影配合廠商的 logo 這想法不錯。
第二組	34	29	18	8.5	89.5	1. 問卷設計精準度不夠。 2. 推廣活動實用性較差。資料的。 3. 報告時組員間需互相尊重。別人在報告時，怎麼有人偷玩手机。
第三組	35	28	17	6	86	1. 在影片最後有列表。(表格) 2. STP 的集群選的好。但 C 物的話需要契合一點。 3. 總計所有的分項建議要準確。

問卷。
微電影

評審簽名 曾渝婷
2021/04/30

業師芭芭果公司執行長－曾渝婷小姐給予各組期中微電影回饋建議

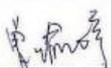
產學成果導向課程－農業行銷管理 期中發表 評分評語表						
評分標準：						
組別	腳本與分鏡評分				總分	評語與建議
	創意發想 (40%)	故事架構 (30%)	分鏡腳本完整度 (20%)	上台報告 (10%)		
第一組	35 36	25	15	8	86	故事 2.3 與 slogan 的連結性。 故事 1、分析事件的鎖匙。 可以改完整的分鏡腳本。
第二組	35	25	15	7	82	故事完整、時間軸打破有創意。 可以強化及競爭的故事內容。 第一幕增加女主愛吃果乾的人設。 要自對內容。
第三組	33	28	18	7	80	參考畜風微電影。 在第三幕可見好收成。 第一幕可增加阿公的轉。

評審簽名 余治明
2021/04/30

業師威將博思公司－余治明先生(老師)給予各組微電影回饋建議

業師與授課老師給同學期末報告之意見回饋

組別	企劃書評分				總分	評語與建議
	結構邏輯 (40%)	創意性 (30%)	可行性 (20%)	簡報設計 與報告 (10%)		
第一組	37	22	16	9	84	1. 推廣計劃中規中矩, 比較沒有創新 2. 預算的預估跟可行較粗糙 3. 前期分析較詳細
第二組	30	27	16	9	82	1. 目標族群與現況有差異 2. 行銷的方向與與分析有出入 3. 推廣計劃較詳細, 尤其長期
第三組	32	25	14	9	80	1. SWOT 條件太寬闊 2. 成本預估及時間管理較失真 3. 市場分析確實不符合企業

評審簽名 
2021/06/18

業師芭芭果公司執行長—曾渝婷小姐給予各組期末推廣企劃報告回饋建議

組別	企劃書評分				總分	評語與建議
	結構邏輯 (40%)	創意性 (30%)	可行性 (20%)	簡報設計 與報告 (10%)		
第一組	38	25	17	8	88	本組以網紅+微電影宣傳為主, 企劃架構完整 1. 品牌定位有些抽象, 宜直接講出給目標顧客的利益, 此利益應和競爭對手有差距, 此外, 可強化定位和推廣活動之間的關係。 2. 中期活動先後順序不明, 建議有個甘特圖, 因為應該先用網紅的活動帶動若果後, 再邀請消費者投稿, 可避免直接邀請消費者, 他們都不參加的困境, 目前邀請消費者 3. 執行面要注意, 像是YT廣告用不可略過式, 但是卻說要做微電影, 是否時間是可以的? 關於字廣告的執行細節及預期效果不明確, 微網紅是否都會願意參加? 目前採用過於樂觀的估計。 4. 企劃目標的1.2點有些重疊。
第二組	33	28	20	10	91	本組執行細節與相關規劃最為完整, 長期社會責任報名企劃值得嘉許, 符合永續發展趨勢! 1. 企劃目標宜明確寫出來
第三組	32	28	15	9	84	2. 因為品牌知名度不高, IG 視覺動態如何吸引顧客參與? 宜明確寫出來。 3. 目前的目標顧客與後面推廣企劃的客群有些衝突, 建議可以補充說明, 像是可以秀出 IG 的數據並透過後續資料說明 IG 在學生族群有很多人用的數據。 4. 中期目的是建立品牌感, 但沒有對應的忠誠方案? 或許可以說明 5. 中期要建立品牌形象, 但應該清楚說明要建立怎樣的品牌形象。 6. 長期宣傳任務! 具社會意義也能看到實效的創意。 本組主題以親情為主, 貫穿全部, 主題明確, 然而執行細節需要強化 1. 多數活動的執行細節宜加強, YT廣告細節似乎不清楚, 芭芭在泡麵活動中提到大量參與篩選、活動、市集等等, 不夠明確, 還有就是和學校合作也要寫出合作學校名稱, 成本評估有遺漏。 2. 長期目標寫清楚, 和長期的宣傳活動之間的對應。 3. Hashtag 除了品牌的也要有活動的!

評審簽名 
2021/06/18

授課老師—曾祥景老師給予各組期末推廣企劃報告回饋建議

● 學生心得回饋

以下列出一些同學部分的心得反饋，同學紛紛表示這門產學課程對他們很有幫助！若要看完整 20 位同學心得請見附件六。

1. 管理碩一 白牧群同學:

透過與業界實際合作，從分析問提到幫助品牌如何推廣，使得學生在執行企劃上更具有挑戰性以及真實感，其中在拍攝微電影的計畫當中，學生覺得學習到許多豐富的知識，像是從繪畫分鏡圖到實際如何拍攝運鏡，到最後的剪輯課課程，這些原本都是學生從未接觸過的寶貴經歷，當然還有一開始廣告的構思以及最後到推廣企劃報告書。

2. 管理碩一 周儒芳同學:

農業行銷這堂課，原本以為只是了解農產品的知識，但學習下來發現，在任何方面，無論是跑 spss、設計問卷、推廣、拍攝微電影、學習剪輯等，都讓我學習及累積到很多想法與知識，而老師也在每次上課都補充了很多案例，除了很有趣也讓大家可以更快速了解其中理論(推廣的課很棒)，之後請來攝影老師來教我們拍攝跟剪輯，這麼多資源與彈性的學習方式，其實是一些課程達不到的，上完這個課，不論是理論或技能我都有所收穫，最後謝謝祥景老師幫我們把這學期的課程安排的很精彩!

3. 企管三甲 王絮昀同學

很感謝當初的自己有來修農業行銷管理這堂課程，讓我有機會在課程中與產業進行合作，與業師做最直接的溝通，過程中也讓我感受到理論與實務的差距，有些我們在課堂中學習的知識、製作的報告，在現實社會中不一定適用，因此在理論基礎的學習之餘，還是要累積實務經驗，才能更全面性的學習成長，對於未來出社會也會有一定的幫助，如果之後還有機會，我會再多修習產學合作的課程，多方累積經驗讓自己的實力增強。

4. 企管三甲 林品豪同學

甚至能教導其他組員使用，這也對自己於行銷領域獲得了很大的收穫。接著講述到產學合作的模式，由於這堂課叫做農業行銷，因此主要的學習，會為圍繞在如何推廣農業及農產品的行銷模式，我們在這堂課上合作的公司名為「芭芭果」，是一家以果乾產品為主題的公司，與這家公司合作，不僅相當符合我們課程的核心主軸，芭芭果執行長以「業界視角」給我們的行銷專案建議，更是讓我們認識到理論與實務的差別，也讓我們對業界的行銷操作上，建立更佳的基础，此外執行長對待我們的每份報告，都以最認真的態度應對，而執行長本業相已當忙碌，還要放下本業工作時間，不僅要閱讀我們的書面報告，更花費其他時間，親自聆聽我們的簡報報告，這都讓我相當的敬佩，也很開心能從執行長身上，學到面對每件事務上，都應該盡心盡力的精神。而這堂課除了與業界實際合作外，老師更請到專業的業師，來教導我們有關影片拍攝、分鏡圖製作、專業剪輯等技能，在上這堂課之前，原本自己對於這一塊，可說是絲毫沒有一點觀念及基礎，但業師的在教學上卻十分不同，把原先十分困難的觀念，運用最簡單的方式呈現，其中在剪片的技巧上，也從幾乎一竅不通，到現在能學會上字幕及進階的剪輯方式，雖然因為課程時間較短的原因，沒有全部技能都能學會，但老師也另外錄製教學影片，幫助同學們課後能在複習，這對我們在未來行銷工作上，也同樣有著很大的加分，也在實務運作上更有競爭力。最後，我想謝謝這堂課的的每一位，無論是執行長或兩位講師，真的都用心付出，也給於我們許多無論理論或實務上的學習；此外我也謝謝我的組員們，他們對於課堂報告的認真態度，讓我們在這堂課的學習上，能夠有著如虎添翼般的效果。未來我也會與學弟妹推薦這堂課，幫助學弟妹解決在行銷上所遇難題，並能夠紮實的在行銷領域上有所進步。

5. 管理碩一 梁耀章同學:

未來還是非常建議學校會再開類似的課程，因為雖然我們是企管系，但實際上現在不管什麼系都應該要有拍攝剪接制圖等基礎知識。因為在職場上，不管是任何工作崗位如果有以上的技巧往往就是你比其他人優勝的地方，這也是我在職場上一直學到的東西。就是你比別人多懂一件事，你的機會就會比別人多一點，所以這一種比較實作和貼近現實的課程應該盡量再多開!