輔仁大學 110 年高教深耕計畫

「產學成果導向課程」成果報告

110 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	13

中華民國　111 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.....9

本課程實際的量化產出.....9

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.....17

省思與未來的展望.....17

學生學習成果.....19

問卷設計.....19

期中報告.....22

期末報告.....27

業師給同學之回饋建議.....32

學生心得回饋.....38

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與行銷能力，協助「懷緯生技股份有限公司」提升其旗下產品之品牌知名度，同學會以組為單位拍攝 1 分鐘左右的行銷影片並擬定一份行銷企劃書，此外，亦會針對公司產品進行市場調查，透過統計分析結果了解潛在消費者想法，其有利於設計影片與後續行銷企劃。課程設計部分，授課老師除了講授行銷企劃、行銷研究與農產品知識外，亦邀請兩位業師授課，針對公司的農生技產品與相關運用進行介紹，並告知希望同學協助的地方，此外，亦提供影片拍攝與剪輯相關的工作坊課程，提升同學影片力。業師亦會在過程中給予同學作品一些反饋建議，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 5000 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(包括農業生技產品市場調查結果、行銷影片腳本與分鏡圖、粗略版本行銷企劃)、3 份期末報告(包括行銷企劃書 PPT 與對應的書面報告)、3 部行銷影片以及遠距上課紀錄，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 13 份。2022 年 4 月中後國內 COVID-19 疫情嚴重，但多屬輕症，經與業者同學協調後，還是進行行銷拍攝，但為了防疫考量與同學安全，全程以配戴口罩為主，各組皆能完成拍攝，且有不錯的品質。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為協助懷緯生技股份有限公司其生技農產品擬訂行銷企劃書並製作產品行銷影片，除邀請懷緯副總經理－高美雯小姐來講授公司內部分析相關資訊以及對此課程作品的期許外，更邀請電影行銷專家－余治明老師協助同學提升影片拍攝與後製能力，此外，懷緯公司亦派邵瓊儀經理協助高副總，以利活動進行，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
3/11 09:10-12:00	懷緯生技簡介與期許+農業生技於運動產業精準照護之應用	懷緯生技股份有限公司 高美雯 副總經理 懷緯生技股份有限公司 邵瓊儀 經理 (陪同)
3/25 09:10-12:00	手機攝影與腳本設計	威將博思行銷有限公司 余治明負責人
4/29 09:10-12:00	行銷影片與企劃期中進度報告: 行銷影片腳本與行銷企劃諮詢	懷緯生技股份有限公司 高美雯 副總經理 威將博思行銷有限公司 余治明負責人
5/13 09:10-12:00	農產品行銷影片拍攝技巧與訓練實務	威將博思行銷有限公司 余治明負責人
5/27 09:10-12:00	基礎後製與剪輯 1	威將博思行銷有限公司 余治明負責人
6/10 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
6/24 09:10-12:00	期末成果發表	懷緯生技股份有限公司 高美雯 副總經理 懷緯生技股份有限公司 邵瓊儀 經理 (陪同) 威將博思行銷有限公司 余治明負責人

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

3/11: 懷緯生技簡介與期許+農業生技於運動產業精準照護之應用

本次課程邀請到懷緯生技股份有限公司的高美雯副總經理到班授課，該公司的邵瓊怡經理陪同。高副總以簡報的方式分享該公司的相關資訊，內容涵蓋清潔與抗病毒之相關系列農生技產品，並提出本課程的期末作品需求。本課程與懷緯生技股份有限公司合作,提供學員們與業界合作的機會,針對其農生技產品製作行銷影片並發展行銷企劃書,故邀請高副總經理，讓同學能夠快速地了解該品牌、產業現況與企業需求。

一開始由高副總經理簡單介紹其公司、願景、使命後，就進入簡報內容。簡報主要分為　四個部分。一、品牌營運策略、HEYIYA 核心配方及懷緯生技的主要訴求和客群，此配方是由專利技術由牧草萃取而成，具有抗冠狀病毒的能力，強調長期的保護而非短期的瞬殺效果，不同於其他品牌。二、懷緯生技的主要產品功能介紹，提出相關的實驗

證據證明產品的抗病毒與清潔效能優於其他競品，並展示產品影片。三、農業生技與精準照護之介紹與應用。四、問答時間。最後由邵經理講述本次期末影片的需求，主要是請各組選一個農生技產品，並給予學員十分鐘的時間進行小組討論，再讓各組一一上台分享行銷影片的初步規劃方向。

課程結束後，由授課教師曾祥景教授頒發感謝狀感謝高副總經理以及邵經理的到來，並簡單總結上述課程內容，祥景老師指出懷緯的產品在研發上具有優勢，但因為過於專業因此可能會讓消費者卻步，需要透過消費者熟知的語言進行溝通，同學可以發揮創意並用比較感性或是故事性的方式去行銷此產品，此次產學將能結合同學的創意與公司在研發上的專業，共創價值。業者將會針對各組同學選擇的產品，寄發相關樣本給同學，讓同學從體驗得知產品特點，並建立 Line 群組讓同學可以隨時和業者交流互動。最後，由助教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。

3/25: 手機攝影與腳本設計

本次課程邀請到威將博思行銷有限公司的創辦人余治明先生。余先生在本次講座以簡報的方式分享兩大課程：基礎攝影原理、編輯與分鏡。第一節課與第二節課主要是講基礎攝影原理與影片的腳本安排，並搭配一些影片與案例，第三節課則是講分鏡繪製。課程結束後，由授課教師曾祥景教授頒發感謝狀感謝余先生的到來，並簡單總結上述課程內容，祥景老師特別點出前面課程中所提到的較為經典的案例。最後，由助教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。

4/29: 行銷影片與企劃期中進度報告: 行銷影片腳本與行銷企劃諮詢

本次課程邀請到懷緯生技股份有限公司（以下稱企業方）的高美雯副總經理（因身體健康因素採線上參與）以及威將博思行銷有限公司的創辦人余治明先生參與學員們的期中報告。本次參與期中報告的組別共有 3 組，報告時間分別為 30 分鐘，主要報告內容為分析先前發放的問卷結果、解釋行銷影片腳本分鏡與設計理念、規劃後續行銷企劃方向。每組報告完畢後，則會進行約 10 分鐘的 Q&A 時間，會先由企業方發問以及給出意見。最後再由曾祥景簡單統整兩方的建議後再補充自己的意見給學員們。全組報告完畢後，由曾老師與學員一同感謝本次企業方與余先生的參與，曾老師亦提醒各組針對腳本與分鏡圖根據評審建議進行調整，下星期開始就會是實拍訓練，請各組帶來攝影設備與分鏡圖，並可以開始進行後續的行銷影片拍攝，希望同學做好準備。最後，由助教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。

主要給業師的諮詢問題包括：

- 請您告知各組的行銷影片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。
- 請您針對各組的行銷企劃給予一些建議。
- 請公司方告知各組的作品與公司現行目標或產品之契合度。

5/13: 農產品行銷影片拍攝技巧與訓練實務

本次課程邀請到威將博思行銷有限公司的創辦人余治明先生，主要分為修正後腳本諮詢、片場分工概念與實務、拍攝前須知三部分進行授課，因為疫情嚴峻，本次上課採用 Teams 遠距上課方式。

第一堂課，是特別安排讓各組學員可以和攝影業師余老師對話的時間，由學員分組將期中報告所報告之分鏡圖經由修改後，再次呈現於曾老師及余老師。並於報告同時將修改分鏡圖發現的問題藉由本次機會詢問余老師，像是哪些鏡頭需要用到哪些拍攝的遠近手法。也在學員分鏡圖有問題時，老師會再指出，如第三組分鏡圖有畫到產品使用在皮膚上時，曾老師有出來解釋「企業方說並無強調產品可使用於肌膚上」，希望同學可以再好好思考要如何微調影片腳本與分鏡。

第二堂課，由余老師講解實拍訓練的部分，首先先介紹在拍攝一部影片時所需要哪些角色（e.g.場記、編劇、攝影）以及其工作內容，像是場記是負責在分鏡頭劇本上詳細記錄拍攝的過程（e.g. 場景名、鏡號、機位……），作為拍攝現場參考與後期剪輯使用。並於課後準備互動小遊戲來確認學員對前面介紹之職位及職務是否足夠熟悉。也另外準備一個小短片，讓學員看見一部影片幕後工作人員的工作情況。

第三堂課，余老師提醒學員在拍攝時要注意的十大要點。像是「先按錄影再動作」，以免缺漏畫面；「拍攝前記得擦鏡頭」，以免拍攝出來的成果是模糊的；「邊拍邊看再確認」，來預防哪個鏡頭不好之後可能要重補的窘境……並介紹學員幾大實拍必備道具，像是腳架、補光燈等等，使學員拍攝過程可以更加順暢。余老師也分享給學員相關的線上音樂資源，其可被運用於影片剪輯當中。於課程結束前詢問同學是否有問題要詢問。最後由曾老師感謝今日余老師的授課，並講述統整重點。再於課堂的最後，提醒同學拍攝過程中要注意安全、疫情等等，並請余老師留下其 Facebook 與 Instagram 帳號，方便讓各組同學可以諮詢影片拍攝相關問題。

5/27: 基礎後製與剪輯 1

本次課程邀請到威將博思行銷有限公司的創辦人余治明先生來分享影片剪輯技巧，目的在於讓同學們能運用到農業行銷期末之行銷影片剪輯當中，這次是影片剪輯的第一場，主要是談基礎後製與剪輯部分。因防疫考量，本課程採用 Teams 遠距方式舉行。

本次課程分為兩部分，基本上是由余老師播放預先錄製好的剪輯影片教學。第一部分的影片內容是介紹 Adobe Premiere Pro 的介面以及基本操作等等。在播放告一段落後，就會進行剛才影片所教學到的內容來實作。本次進行的教學有「縮放」、「選轉」、「轉場」讓學員可以在實作的過程中，一發現問題就能馬上詢問余老師。並於十分鐘後抽選幾位同學播放剛剛實作出來的結果。在基本教學告一段落後，為了學員後續要製作企業方的產品影片會需要片頭片尾，余老師教了一個含 logo 並加入特效的片尾教學，並出了一個

小作業，讓學員有機會也自己試做一段片尾。第二部分為標題字的教學，主要是介紹文字工具的使用，余老師介紹兩種文字的製作方式給學員們作為參考後，也讓學員直接進行實作，並直接試播。最後再教學員關於影片的輸出方式、字幕要如何上後，並請學員在端午連假前（下次影片剪輯課）想出幾個可能會用於未來剪片或想學習的效果，余老師會準備再進行下次教學。

最後由曾老師進行總結，提醒學員們要在端午連假前想好想學習的剪輯效果，並簡單詢問各組目前影片的進行情況。叮嚀各組學員要注意自己的影片進度，再由曾老師感謝今日余老師的授課。

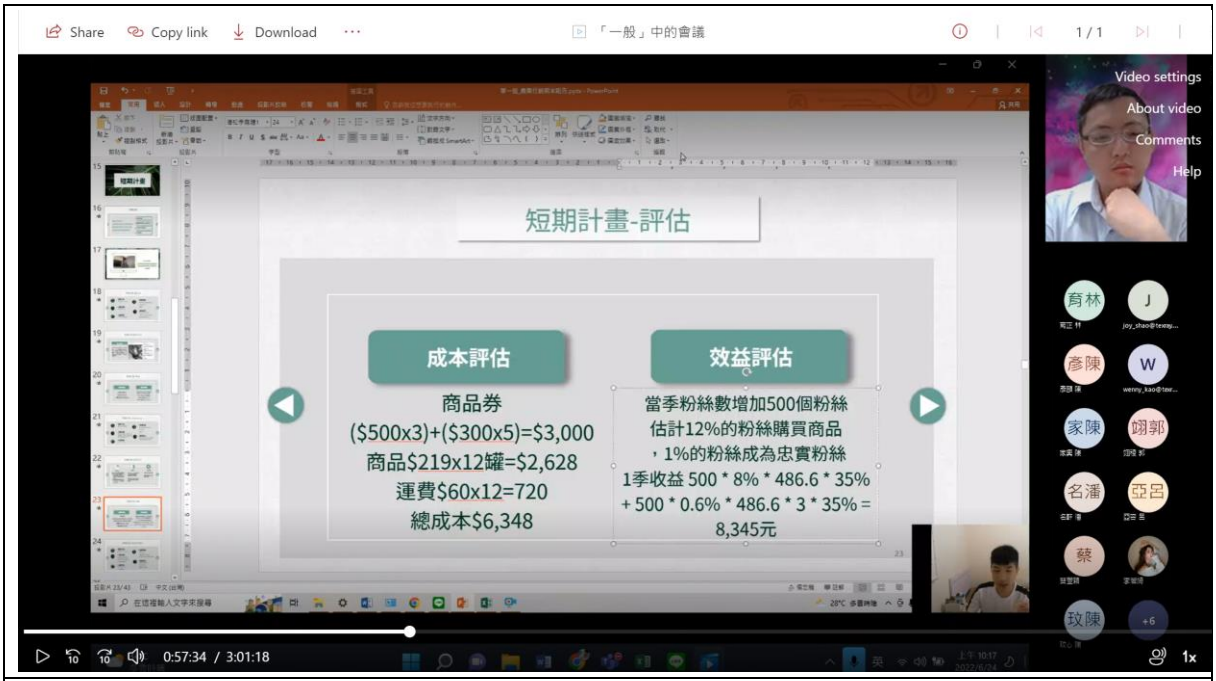
6/10: 基礎後製與剪輯 2

本次課程邀請到威將博思行銷有限公司的創辦人余治明先生來分享影片剪輯技巧，目的在於讓同學們能運用到農業行銷期末之行銷影片剪輯當中，這次是影片剪輯的第二場，主要是談基礎後製與剪輯部分，並融入同學想要學習的技巧。

本次課程基本上是由余老師播放預先錄製好的剪輯影片教學，有些是當下直接教學。另外在事前有先詢問各組同學想學習的剪輯技巧後，再由余老師為同學設計課程。本周課程教學皆是在告一段落後，就會以剛才教學的內容，請同學進行一段實作，並詢問同學在當下是否有遇到問題。最後由曾老師進行總結，並提醒了期末報告相關的事項，以及同學在期末有些必做事項，曾老師亦表示會額外錄製一段影片詳細說明期末報告要包含什麼元素，以及舉例說明行銷企劃書簡報與書面報告的製作方法。最後由曾老師與同學們一同感謝余老師的授課。

6/24: 期末成果發表

本次課程為成果發表會，以 Teams 遠距方式舉行，邀請到懷緯生技的高美雯副總與邵瓊儀經理以及余治明業師來聽取同學之發表，發表內容包括行銷企劃與行銷影片。一共有三組發表，每組同學會針對該公司的農生技產品進行行銷企劃的報告，並會同時播放長度約一分鐘的行銷影片，展示學習成果，每組報告時間約 30 分鐘而 QA 大概 10 分鐘。余老師因為公司當天臨時有事情，所以採用非同步方式，事先已看完同學們的報告與影片作品，針對其預錄影片進行評論。各組發表完後，發表結束後，進行頒獎，由第一組拿到此次期末發表競賽的優勝，每人都可以獲得獎狀一張，企業方也給予獎勵金 5000 元。之後邀請企業方給予同學講講話，企業方肯定同學在此產學計畫中的投入，並提供加碼獎金，第一組獎金增加到 6000、第二組 2500、第三組 1500 元，並推薦同學若對於生技產業有興趣可以七月來參加展覽,之後公司若有實習的機會,也會分享給同學。接著，由授課老師曾老師進行總講評，說明此課程的目的是希望藉由產學合作，讓同學藉由與企業與相關業師互動，學到貼近職場的技能，像是影片拍攝與製作能力，使用影片剪輯軟體之能力，根據業者需求進行提案的能力，並能有作品來提升職場競爭力。最後，由授課教師感謝企業方評審與學員們的參與，並請學員們填寫線上回饋表單，為這學期的產學課程劃下完美的句點。



同學報告完由評審針對企畫內容進行講評

授課老師曾祥景老師頒發優勝獎狀給第一組同學

(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、各組行銷影片 3 部、業師對期末報告之評分評語 3 份，以及同學的個人心得回饋 13 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	生技農產品產業調查問卷	3
期中報告	市場調查、行銷影片腳本與分鏡圖、行銷企劃方向	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	行銷企劃	3
期末報告- 書面	行銷企劃	3
行銷影片	各組行銷影片(見附件六)	3
上課錄影	遠距上課紀錄(見附件六)	6
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	3
期末同學個人心得	課程內容反思	13

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)，唯期末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 4.67 分(滿分為 5 分)，換算起來為 9.34 分，算是不錯！

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
3/11 09:10-12:00	懷緯生技簡介與期許+農業生技於運動產業精準照護之應用	9.20 (10 分為滿分)	15
3/25 09:10-12:00	手機攝影與腳本設計	9.64 (10 分為滿分)	15
4/29 09:10-12:00	行銷影片與企劃期中進度報告: 行銷影片腳本與行銷企劃諮詢	9.14 (10 分為滿分)	14
5/13 09:10-12:00	農產品行銷影片拍攝技巧與訓練實務	9.31 (10 分為滿分)	13
5/27 09:10-12:00	基礎後製與剪輯 1	9.54 (10 分為滿分)	13
6/10 09:10-12:00	基礎後製與剪輯 2	9.45 (10 分為滿分)	11
6/24 09:10-12:00	期末成果發表	8.95 (10 分為滿分)	13
教發中心施測問卷		4.67 (5 分為滿分)	17（無法追蹤重複填答）

註：本課程最後修課人數為 13

- 質性學生意見回饋

除了教發中心問卷調查外，本課程有額外針對產學課程的部分自行進行問卷調查，量化的回饋數值已於上面報導，下列將質性學生意見回饋結果彙整如下：

表四是教發中心問卷調查的質性問卷回饋，同學們的回饋主要可分為三個面向，第一、課程看法部分，同學認為課程最不錯的地方就是能跨域學習影片拍攝與剪輯的技巧與軟體，而且因為課程人數小，所以老師與同學之間的互動比較緊密，可知產學課程中同學要的就是能有機會互動，而不是只是演講而已，重點在於同學在學習產業相關的技能時是否能得到充分的互動，因為若無法得到互動就無法確定是否同學真的有吸收進去，是否有困難，這也是這次課程做得比較好的地方，老師與業師們皆會針對同學的問題一一去指點，讓同學不至於壓力過大而放棄，而能學到很多，這可以作為未來類似的產學課程設計之參考。第二、課程建議部分，部分同學認為跨域學習到農業相關的運用是不錯的，但是希望能多一點體驗行銷相關的案例或活動，甚至建議可以將此課程的範疇擴大為體驗行銷與應用，這也可以作為未來改善此課程設計之參考。第三、對開課老師的

認同，老師很可愛上課很開心，本人一直以來在系上有萌主之稱，這也表示授課老師可以找到自己有利的定位，並透過授課的過程去維持這個定位，經營個人品牌，就能得到同學情感上的認同。

表四、學生對此課程之開放式意見回饋 (教發中心調查)

面向	開放式回饋
對課程的看法	● 最棒的地方：邀請業界講師來教我們使用相關剪輯軟體 ● 可以學到其他領域的技能，像是拍攝，行銷 ● 由於學生數較少 所以老師可以更多與學生互動照顧到每個人
對課程的建議	● 我覺得從這門課中，我學習到很多跟影片製作相關的主題外，我也了解農業很多的運用，所以感受良多，也希望未來如果還有開這門課，可以改成體驗行銷管理運用，可以幫助學弟妹，了解更多的資訊 ● 可以學習到跟多跟農業有關的行銷手法，或者最後可以朝體驗行銷發展，學習更多新興行銷的知識
對老師的認可	● 老師好可愛 上課上得很開心

表五、學生對此課程之開放式意見回饋(自行 Surveycake 調查)

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	● 切入重點，能讓我們清楚理解需要修改的部分 ● 整體很完整，把我們不好的都有點出啦，謝謝講師 ● 謝謝余老師針對分鏡詳細的建議 ● 謝謝老師跟我們那麼多的建議,讓我們影片製作更好,該調整的點老師都有跟我們講
教學與課程建議	針對企業方 ● 可以介紹更多貴公司特色產品，可以完成不一樣的東西 ● 講師演講內容包含部分生物科技較專業的內容，並未能夠快速吸收知識 ● 希望講師能多描述企業的銷售問題，以及目前公司具體遇到的銷售困難，讓我們可以針對這部分去做影片的行銷 ● 希望可以介紹一下目前客群結構 ● 講師對於自己的專業了解非常透徹，演講內容很豐富！但我個人覺得有些緊湊，需要一些喘息跟討論的空間！ 針對影片工作坊課程 ● 電影的例子可以稍微少一些些 後面有點分神了 ● 講師一次教完所有步驟，對於有點電腦使用障礙的我有些困難，希望能夠給予更多的反應時間跟更詳細的講解

	● "1.剛開始還不熟悉如何操作，所以希望前面節奏慢一些 ● 2.因為一個畫面容納的東西很多，所以常常會看不太到滑鼠移到哪邊，導致有幾個步驟漏掉，雖然整體上沒有造成完全無法跟上，但未來可以的話希望能夠更改滑鼠標誌，把游標的圖示換大一點，這樣比較能清楚看到在哪個位置。" 針對遠距教學 ● 希望如果可以沒有疫情，還說可以現場教學，這樣老師教的會更詳細，我們在影片製作上可以更容易 ● 因為遠距上課，所以可能會有網路遲緩的問題，但老師教授的非常好，謝謝老師，辛苦了！
稱讚	● 講師太棒了，謝謝! ● 最後一次上老師的課，讓我難忘，很謝謝老師盡心教導，讓我們在影片製作更進步 ● 真的是給我們魚竿?? ● 老師上課負責認真！

根據表五，同學們對本課程產學合作部分的開放式意見回饋，同學似乎對影片工作坊有比較多的想法，大力稱讚影片工作坊的業師余老師，包括上課認真、給與詳細的分鏡圖建議、給予魚竿的部分，讓同學們受益良多。而對於企業方，同學們很喜歡企業方直接切入重點提醒他們企劃不好的點，並讓他們有機會可以修正，但是認為企業方介紹自身產品那門課所分享的內容過於專業，希望能多一些談客群與銷售狀況。而遠距授課也會帶來一些問題，像是因為網路狀況而造成延遲或是電腦需求不足的現象，以上這些都可以作為精進未來類似課程之參考。由上可知，同學比較喜歡本課程中與業者互動並取得自己作品回饋的部分，這也是產學成果導向課程最重要的部分。

- 各單元主題教學成效回顧

3/11: 懷緯生技簡介與期許+農業生技於運動產業精準照護之應用

此課程邀請懷緯生技公司高美雯副總經理分享公司內部資訊，參與學生提升了對於該公司的背景知識，以利於後續行銷企劃與行銷影片的製作。該公司產品主要是生技類農產品，萃取天然牧草獨特配方，可被運用於清理與清潔物品，主打較為長期的抗菌抗病毒功效，有經過實驗證實功效並有取得相關證照，此為競爭優勢，之後還會推出對人體友善的清潔產品。課程特別安排同學分組討論企劃的方向，第一組同學以小朋友想要當英雄拯救世界的夢想為主題，可以藉由懷緯的產品達成，相當具有創意；第二組則是以辦公室戀情為主打，以職場女性的愛情故事切入到產品，並帶出產品的功效；第三組則是以野餐的場合，並指出產品可以用來清潔手部。最後由授課老師總結與勉勵同學，點出行銷企劃與行銷影片的重要方向，因為公司在產品具有高品質與高效能，但目前的行銷方式比較偏向是理性，而要產生影響力，訴諸於理性是不足的，還需要透過感性行銷，因此，建議各組可以思考一個感性的主題，並透過行銷企劃與影片發揮出來。另外，也強調品質是消費者認定的，還是要從消費者的角度看，因此市場調查有其必要性，各組可以定義各自的潛在的 TA，並針對他們進行調查，以找出真正的 TA。

整體而言，同學在此課堂中學會農業生技產業的生態、懷緯生技的經營理念與產品特點、合作需求外，亦學會如何針對業者的需求去設計解決方案，並與業者溝通。高副總也相當讚許同學的創意，並給予學生初步構想回饋建議，像是必須要注意公司產品目前還尚未能完全被運用到人體的部分，讓同學學會要讓創意貼近現實面，以及如何在發揮創意與現實面之間取得平衡。此外，也學會感性與理性行銷還有行銷研究的必要性。

3/26: 農業行銷微電影工作坊

第一堂課，余老師介紹攝影的五個基本要點以及使用影片介紹運鏡常用工具及手法

- 鏡頭焦段：以兩張構圖相同但焦段不同的照片，講解不同的焦距段如何帶來視角的差異。
- 光線：介紹了順光、逆光、側逆光等，並以幾張照片、劇照，讓同學可以看出不同光線所帶來的效果，以及根據影片所需劇情應該使用哪一種光來拍攝。
- 景別：透過幾張電影劇照，展示出人物在不同的環境會營造出不同的情感效果。並介紹五種常見的景別差異，可以用來表現哪些重點。
- 角度：三個角度（俯視、仰視、平視）如何去營造人物在鏡頭中的強弱關係。
- 構圖：簡單以幾張照片去解釋對稱構圖、引導線構圖、井字構圖所帶來的效果。

第二堂課，余先生先以花木蘭這部電影來介紹十五段故事架構，包含開場畫面、主題陳述、布局等；再以唐伯虎點秋香這部電影介紹四段式起承轉合的編劇手法。接下來再用七部電影介紹七大常見的故事類型，還有兩個（懸念、反轉）設計劇情的小技巧。最後介紹分鏡圖。解釋為何要使用分鏡圖以及如何編撰，提供幾個例子來點出分鏡圖要有的五大元素（場景標題、動作、人物、對白、時間）。簡報結束後再請余先生和各組討

論目前的劇本構想並請余先生給予建議。

整體而言，同學們學會運鏡手法、攝影工具、腳本架構外，最後的互動時間也邀請余老師針對各組目前的劇本方向去諮詢，透過余老師建議可能的呈現方式，讓同學了解自己的想法要如何實際被拍攝的部分。

4/29: 行銷影片與企劃期中進度報告

本周課程主要是邀請業師針對同學的初稿作品給予一些意見回饋，讓同學可以進行調整，使自己的作品更符合企業方需要。

企業方給出的意見多像是希望學員們能特別注意影片闡述的功能要和本身產品的功能與使用相關；還有注意企業方目前已經做了哪些行銷規劃，才能想出較有新意的新方向。至於余老師給的意見大多是放在影片腳本上的小細節，如建議學員可把分鏡畫得再完整一點，可再加入什麼鏡頭讓故事更完整等拍影片的實用意見！最後再由曾祥景簡單統整兩方的建議後再補充自己的意見給學員們，如分析問卷的小問題、注意報告時的用詞不要過於誇大、還有需要特別注意報告中委託企業方、欲報告產品的名字不能唸錯或簡報上出現錯字。

整體而言，透過業者、老師與同學三方的互動，同學學到如何在短時間內清楚呈現提案想法，並針對業者的意見進行回覆與說明，此外，也提早學到業界提案的一些要注意的地方。

5/13: 農產品行銷影片拍攝技巧與訓練實務

本次課程目的在於讓同學在拍攝前能夠準備充分，因此請余老師針對各組修正後的腳本與分鏡圖看過後給予同學反饋建議，同學們學到了要將自己的拍攝想法呈現出來時，分鏡圖必須愈細緻愈好，這樣才能讓評審能針對細節去給建議，讓自己的作品在實際拍攝時比較不會遇到太多問題，也能讓同學們在拍攝時維持同樣的步調與思維。此外，余老師亦建議同學不同的鏡頭呈現方式或是刪掉一些多餘的鏡頭畫面。除了上述，同學亦學會片場分工與拍攝前的細節事項，有助於其規劃後續拍攝事宜。

整體而言，同學們學會拍攝前要準備的事項，有鑑於影片行銷是現在行銷人必備的技能之一，而影片行銷要成功取決於影片本身的品質，本課程將有助於同學提升其影片拍攝的品質，為影片行銷打好基本功。

5/28: 基礎後製與剪輯 1

本次課程邀請到威將博思行銷有限公司的創辦人余治明先生來分享影片剪輯技巧，目的在於讓同學們能運用到農業行銷期末之行銷影片剪輯當中，這次是影片剪輯的第一場，主要是談基礎後製與剪輯部分。

本次課程分場兩部分，基本上是由余老師播放預先錄製好的剪輯影片教學。第一部

分的影片內容是介紹 Adobe Premiere Pro 的介面以及基本操作等等。在播放告一段落後，就會進行剛才影片所教學到的內容來實作。本次進行的教學有「縮放」、「選轉」、「轉場」讓學員可以在實作的過程中，一發現問題就能馬上詢問余老師。並於十分鐘後抽選幾位同學播放剛剛實作出來的結果。在基本教學告一段落後，為了學員後續要製作企業方的產品影片會需要片頭片尾，余老師教了一個含 logo 並加入特效的片尾教學，並出了一個小作業，讓學員有機會也自己試做一段片尾。

第二部分為標題字的教學，主要是介紹文字工具的使用，余老師介紹兩種文字的製作方式給學員們作為參考後，也讓學員直接進行實作，並直接試播。最後再教學員關於影片的輸出方式、字幕要如何上後，並請學員在端午連假前（下次影片剪輯課）想出幾個可能會用於未來剪片或想學習的效果，余老師會準備再進行下次教學。

最後由曾老師進行總結，提醒學員們要在端午連假前想好想學習的剪輯效果，並簡單詢問各組目前影片的進行情況。叮嚀各組學員要注意自己的影片進度，再由曾老師感謝今日余老師的授課。

6/10: 基礎後製與剪輯 2

本次實作課程中，同學們會學會四個部分，第一個就是能以智能辨識上字幕的方式，使剪輯過程上字幕能更輕鬆。第二個就是學會使用殘影與速度的技巧，以及影片調色的技巧，主要分為兩個部分：「基本校正」與「濾鏡」，同學也學會了調色要了解的相關名詞。第三項為學會圖形動畫的技巧，利用一些套件，可以把套件的動畫安插至自己的影片中。另外套件動畫也可以另外做調整成自己想要的樣子，對於一些畫面的特效十分有幫助。最後是學會萬花筒的效果功能，可以搭配轉場或其他效果，讓整個影片不突兀。整體而言，透過這星期第二周的後製與剪輯教學，同學們學會了一些影片剪輯的進階技巧，後續可用於自身的行銷影片製做與剪輯當中，這些技能不只限於此門課程，是可以帶著走到職場當中，讓同學提升競爭力!

6/24: 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，向懷緯生技管理階層們提案行銷企劃案與行銷影片，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。

第一組同學針對該公司最新的產品乾洗澡系列進行行銷企劃，並拍攝一個以超人拯救地球為主題的行銷影片，描述使用公司的產品就可以有力量為永續盡一份心力的訊息；第二組同學則是針對清潔慕斯產品進行行銷企劃，行銷影片則是有創意的結合辦公室戀情，描述使用公司產品就可以讓女人有自信去秀出自己的好，間接也暗指使用公司產品就可以讓女性散發自信與自然的美；第三組則是針對公司的洗碗精系列產品進行行銷企劃，並拍攝一個短片描述洗碗時可以用公司的產品就會相當有效且省力。各組報告結束

後，評審紛紛給予意見，總體而言，皆認為第一組的企劃書最為完整，推廣企劃那邊的內容相當豐富，細節有交代清楚，影片也契合公司發展的方向；第二組則企劃書有些不完整，主要是在行銷組合的細節交代不清楚，只有給予方向，但是對第二組的影片給予最高的評價，是三組中最為流暢，主題清晰，只有畫質比較差還有男主角穿衣風格有些隨性；第三組無論是在企劃書以及影片就表現得比較普通，企劃書內容比較像是短期計畫且都是公司都已經做過的東西，較不具創意，且行銷組合也無交代細節，只有提供方向而已，其影片雖然有強調產品的功效，但是因為沒有進行前後的比較，在邏輯上很難從影片中看出此產品的特點與功效。

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：

➢ 數據管理之能力

透過針對農生技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品企劃相關的問題，要包括的問題以及如何問，每組同學設計出來的問卷皆會經過授課老師的檢核，並要求修正，讓同學看到可以精進之處。此外，同學們也體會資料收集，如何在兩個星期內回收到適當的份數。針對收集完的資料進行整理並匯入到統計軟體當中。最受用的在於統計分析的技能，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、單選題交叉分析、複選題分析、複選題交叉分析、平均數分析、因素分析以及集群分析。在當今大數據的時代，先熟悉這些小數據的處理方式將有助於為大數據分析奠定基礎。這些數據管理的能力是可以帶到職場，寫在履歷當中，提升同學的競爭力。

➢ 行銷影片製作與剪輯能力

透過本課程可讓同學學會行銷影片主題設定、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潛在目標消費者的想法後，才能有效設定行銷影片主題並制定腳本，並透過期中發表和業主、業師直接溝通想法，並進行修正，在課堂上預先體驗到職場文化。這種影片製作與剪輯能力不只限於本課堂的農生技產業，同學亦可帶到各行各業，提升同學職場競爭力。

➢ 農生技產品整合行銷能力

透過課堂所學，同學學會如何針對業者的需求去發展一個行銷企劃解決之，包括先定義企業面臨的行銷難題、行銷環境分析、行銷目標擬定、STP、4P 以及執行與控制。在這企劃中如何融入行銷影片，如何用有效的整合行銷溝通主題去統合所有的推廣元素

去放大影片的效果。和其他課程不同的是，本課程有企業方，同學會覺得不是在玩假的，而是真的跟據業者的需求去設計行銷企劃，並進行報告，接受回饋建議，提早讓同學接觸職場的提案感覺，也提升同學在面臨壓力下有效溝通想法的能力。

(3)課程遇到的問題與困難

- COVID-19 疫情影響互動成效

4 月後學校採用全遠距上課的做法，使用 Teams 上課就會產生很多問題，包括同學的互動意願低下，尤其發現當業師想請同學示範時，少數同學都會說自己的網路太慢，或電腦性能太差軟體跑得很慢等等理由，而無法配合。而且當業師問同學說有沒有問題，同學往往陷入鴉雀無聲的狀態，也很尷尬，因為也看不到同學的表情，因此也不知道同學當下的心情是如何。在遠距上課要如何持續激發同學的動機，會是一個挑戰。當然，大多數同學還是很配合業師，認真學習，當業師點到他們時，還是有回答問題或是展示其練習的成果。此外，即使有建立 Line 群組讓同學可以和企業方互動，但是互動的程度還是很低。後詢問發現同學希望一對一的方式，因為他們不想自己的東西或是想法被別組搶走，因此，未來可以針對各組分別與企業方建立 Line 群組。另外一個可能的原因就是同學和企業方有較大的心理距離感，因此不太好意思傳訊互動，原本想要透過企業參訪來拉近同學與企業方的距離，但是因為疫情的緣故，企業方拒絕此提議。建議未來若允許還是要有更多企業方與同學的互動活動，不能只限於現場，這樣才有助於關係建立，並有助於更多的互動討論。此外，若能實體授課，建議可以借用電腦教室，讓同學比較不會有設備上無法配合的問題。

- 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，考量到要拍攝行銷影片、進行問卷調查及擬定行銷企劃。分組時各組就會出現少數組員投入過少，有些組員投入過多的現象，因此投入多的組員就會覺得不公平。除了使用互評的做法外，未來也可以出一些個人的功課，讓每位組員可以和業者有些互動時間，而不是只有少數組員在互動而已。此外，也可以請每位同學分別對企業方或業師提問，並獲得回饋，或許這樣可以解決在組報告中只仰賴少數人的搭便車現象。

(4)省思與未來的展望

- 危機處理與彈性的重要性

近幾年來 COVID-19 一直是一顆不定時炸彈，往往會打亂課程的規劃。去年合作的企業是要拍攝 5 分鐘微電影，因為三級警戒而做罷。今年這門課有學到去年的教訓，雖然還是要拍攝影片，這次主打較短的 1 分鐘行銷影片，而且讓同學可以戴口罩拍攝，因此成功產生行銷影片的作品，當然還是要感謝運氣，因為今年的疫情相較去年比較沒那麼嚴重。但疫情的變化是很難說的，未來也可能出現新的突變種，以後的產學課程都還是要先針對發生疫情的狀況下去進行情境規劃，才不會落得什麼都做不了的困境。

- 排課時間與宣傳的重要性

這門課剛開始修課人數就比較少，去年為 20 人，今年卻只有 13 人，這門課開在星期五早上，發現今年相對於去年於該時段有多開一門品牌管理課程，這門課是由奧美前老大開的，也是本系的系友，因此有很多同學皆被其吸引。而本課程相較於那門課而言負擔相對較重，除了要擬訂行銷企劃書外，同學要實作拍攝影片並與業者充分溝通。總和上述可知會讓不想那麼累的同學們降低修課意願，但這也不是不好，吸引進來的同學都是高動機且想要經歷產學合作體驗的同學，而且人少反而讓老師與同學的互動會變得比較緊密，這在課程回饋意見中也有同學提到這點，但唯一的問題在於該時段競爭激烈，未來可以考慮更換開課時段避開競爭。另外一個方式就是要製做課程海報宣傳本課程，透過產學合作的舞台，同時可以提升同學影片行銷與業界提案的能力，並能產生作品為自己履歷加分。若明年還有機會開設農業行銷產學課程，可以往這方面去思考。

- 可以針對如何提升同學對產學課程的互動性，提出教育部相關的計畫

像此種產學課程，同學的互動意願就是很重要的，即使企業方與業師樂於和同學分享與互動，若同學們比較不配合互動，那麼就比較不會取得企業方或業師較多的回饋建議，而讓學習成長有限。因此一個值得研究的議題，就是如何激發同學們主動和企業方互動，是否有相關的措施或是教學方式? 教師方、業師方與企業方該如何做，才能提升同學們的互動意願? 同學方又有什麼樣的因素會影響其互動意願? 若能得知此問題的答案，對於未來的產學課程是很有效益的。就此次課程的經驗來看，老師有建立起 Line 群組希望同學能運用和企業溝通，但互動的程度有限，大多數同學可能是沒有互動或是有問題私下詢問企業方，不想讓別組知道，此外，在業師教學時也會面臨到同學比較少會主動分享，或是會在被點名時，說一些藉口不想互動。但還是有部分認真同學願意互動，他們也是學到比較多的。未來可以整合相關課程，提出一個教育部教學實踐研究計畫，去找到上述問題的解答。

學生學習成果

本課程學生學習成果主要是反映在農生技產業問卷設計、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)

<table>
<tr><td colspan="2">第一組</td></tr>
<tr><td>問卷示意圖
</td><td></td></tr>
<tr><td>老師給予的建議示意:
1. 回應尺度的部分請反過來
要從非常不同意 不同意 普通 同意 到非常同意
不然之後資料回來後會還要反轉很麻煩
2. 您購買此類清潔用品的頻率
這題選項沒有周延，請加入未滿一個月的選項
3. 建議也可以問一些有關推廣活動的情境題。</td><td>看更多老師回饋</td></tr>
<tr><td colspan="2">第一組主要是針對該公司的極淨清潔慕斯產品進行問卷調查，並有設計多種情境題，包括寵物清潔、清潔物品與舉辦展覽等等，有針對有養寵物貓的與未養寵物貓的消費者進行調查!</td></tr>
</table>

第二組

31 假設該公司推出優惠組合包的部分，裡頭產品有不同種類的抗菌清潔產品，例如：抗菌保濕噴霧、天然清潔慕斯等，能消毒及保濕手部肌膚及清潔衣物或物品上髒汙，請問您的購買意願為何? *

- 非常不願意
- 不願意
- 普通
- 願意
- 非常願意

32 呈上題，請問您最多願意為這個組合包付多少錢? *

- 229-269元
- 329-369元
- 429-469元
- 其他

老師給予的建議示意:

1. 第 14 題似乎答否並不會直接跳到後面，記得要設定跳題。而且回答否者跳至第 10 題? 似乎不對?
2. 25 能接受之生技產品價格，請將下面的產品圖拿掉，因為這邊是泛指生技產品，而非聚焦於公司的產品(情境題)，情境題再秀出圖就好。
3. 30 請問您對以下哪些講座內容感興趣? 可增加其他選項
4. 32 呈上題，您多願意為這個組合包付錢?改成請問您最多願意為這個組合包付多少錢?
5. 建議使用價格區間給人選，不要直接選價格，這樣沒彈性。

看更多老師回饋

第二組主要是針對該公司的極淨清潔慕斯與保濕噴霧產品進行問卷調查，並有設計多種情境題，包括舉辦生技講座、推出產品組合包等等。

<table>
<tr><td colspan="2">第三組</td></tr>
<tr><td>

HerbRay 舉辦了一場「環境永續」的活動，主要想傳遞公司的經營理念“源於自然，歸於自然’，所有的原料栽培過程中無使用任何農藥，透過此活動您可以知道購買之商品生產的過程，了解到原料從何來、如何照護，更能讓您認識 HerbRay 為了環境、為了您們所付出的努力。

27 我認同此商家的經營理念

- 非常不願意
- 不願意
- 普通
- 願意
- 非常願意

28 舉辦此種體驗活動會增加我的購買意願

- 非常不願意
- 不願意
- 普通
- 願意
- 非常願意

</td><td></td></tr>
<tr><td>

老師給予的建議示意:

1. 11 題選沒有養任何寵物 無法跳題到下一個部分? 是否設定有誤?
2. 13 請問您聽過的寵物清洗噴霧品牌，加一個都沒聽過的選項。
3. 20. 選項要符合周延與互斥，而且要按順序，不要跳來跳去。建議改成以下: 不到一個星期 一個星期 兩個星期 三個星期 一個月 超過一個月
4. 25 選項建議可以加品牌官網、量販店網站之類的。

</td><td>看更多老師回饋</td></tr>
<tr><td colspan="2">第三組問卷題目較為簡短，情境題則是企圖將公司與環境永續結合，企圖詢問消費者對相關活動的看法。</td></tr>
</table>

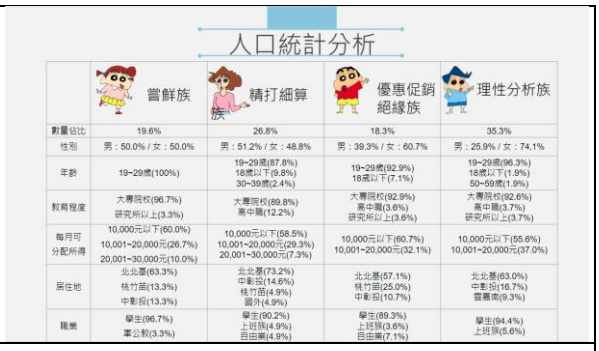
- **期中報告**

期中報告作品相關連結

網址	https://reurl.cc/0peWgY
QR Code	
 萌主老師於期中報告開場並說明報告規則	 實體參與的業師評審代表
 期中發表同學分享問卷 SPSS 分析結果	

第一組作品：

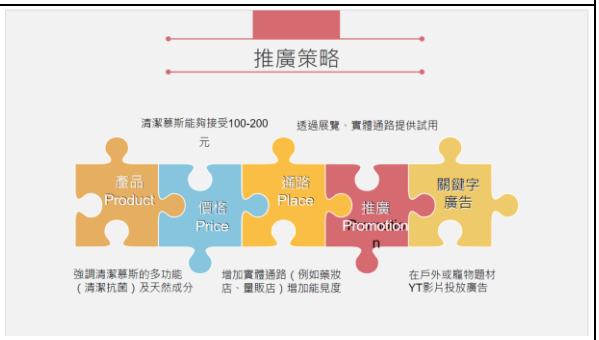
第一組期中報告封面與參與名單



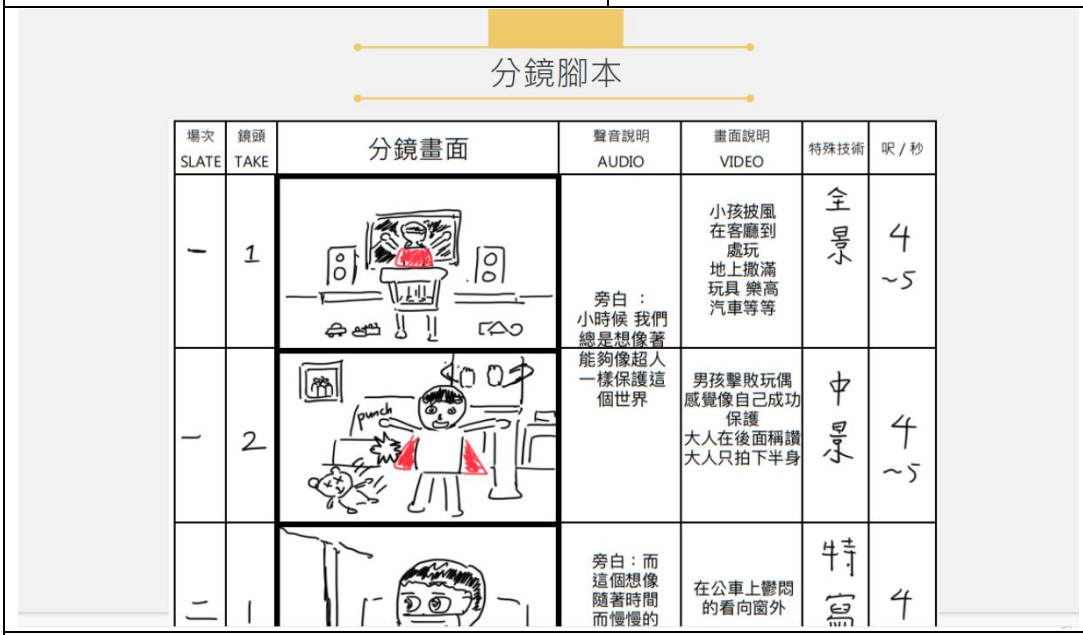
	嘗鮮族	精打細算族	優惠促銷絕緣族	理性分析族
數量佔比	19.6%	26.8%	18.3%	35.3%
性別	男：50.0% / 女：50.0%	男：51.2% / 女：48.8%	男：39.3% / 女：60.7%	男：25.9% / 女：74.1%
年齡	19~29歲(100%)	19~29歲(87.8%) 18歲以下(9.8%) 30~39歲(2.4%)	19~29歲(92.9%) 18歲以下(7.1%)	19~29歲(96.3%) 18歲以下(1.9%) 50~59歲(1.9%)
教育程度	大專院校(96.7%) 研究所以上(3.3%)	大專院校(89.8%) 高中職(12.2%)	大專院校(92.9%) 高中職(3.6%) 研究所以上(3.6%)	大專院校(92.6%) 高中職(3.7%) 研究所以上(3.7%)
每月可分配所得	10,000元以下(60.0%) 10,001~20,000元(26.7%) 20,001~30,000元(10.0%)	10,000元以下(58.5%) 10,001~20,000元(29.3%) 20,001~30,000元(7.3%)	10,000元以下(60.7%) 10,001~20,000元(32.1%)	10,000元以下(55.6%) 10,001~20,000元(37.0%)
居住地	北北基(63.3%) 桃竹苗(13.3%) 中彰投(13.3%)	北北基(73.2%) 中彰投(14.6%) 桃竹苗(4.9%) 國外(4.9%)	北北基(57.1%) 桃竹苗(25.0%) 中彰投(10.7%)	北北基(63.0%) 中彰投(16.7%) 雲嘉南(9.3%)
職業	學生(96.7%) 軍公教(3.3%)	學生(90.2%) 上班族(4.9%) 自由業(4.9%)	學生(89.3%) 上班族(3.6%) 自由業(7.1%)	學生(94.4%) 上班族(5.6%)

使用集群分析技術將顧客分成四群

為主要目標客群繪製人物誌



第一組行銷企劃之方向



場次 SLATE	鏡頭 TAKE	分鏡畫面	聲音說明 AUDIO	畫面說明 VIDEO	特殊技術	呎 / 秒
一	1		旁白：小時候 我們總是想像著	小孩披風在客廳到處玩 地上撒滿玩具 樂高 汽車等等	全景	4~5
一	2		能夠像超人一樣保護這個世界	男孩擊敗玩偶 感覺像自己成功保護 大人在後面稱讚 大人只拍下半身	中景	4~5
二	1		旁白：而這個想像隨著時間而慢慢的	在公車上鬱悶的看向窗外	特寫	4

第一組行銷影片分鏡圖

第一組行銷影片以小朋友想要長大變成超人來保護世界為主題，描述公司主力產品可以在主角的成長歷程中扮演重要的角色，協助他達成夢想，企劃書則是朝向 4 個 p 進行企劃，但主力放在推廣，若要看詳細的企劃方向與分鏡圖請參考附件六。

第二組作品：

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

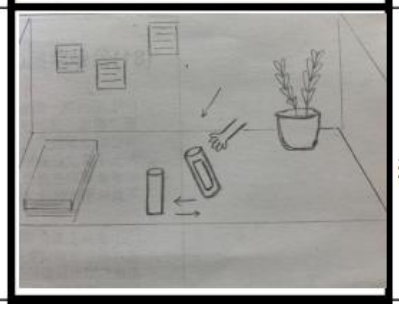
根據分析結果擬定行銷目標與企劃方向

第二組行銷影片主題環繞在戀愛

第二組的行銷影片腳本符合起承轉合，分鏡亦相當清楚

分鏡表

page:____4____

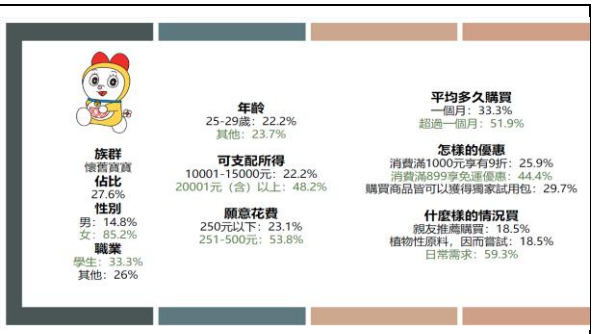
鏡頭	分鏡畫面	音樂、演員、道具等	畫面說明	時間(秒)
120		演員:女主	手很粗糙的地方 (特寫)	41~45
130		演員:女主 道具:噴霧	這時，一隻漂亮的手給了女主一罐噴霧 (近景)	46~50
140		演員:女主、同事*1	原來是女主的同事給了她解決辦法 (從女主背影拍同事)	
150		演員:女主 道具:辦公室用品、噴霧	於是，女主把原本會傷害皮膚的清潔用品換成了噴霧	51~70

第二組修正後分鏡圖示意圖

第二組之行銷影片以戀愛為主題，影片中描述在一個辦公室中，女主角暗戀一位男同事，在快要成功的時候，男生嫌棄女主角手太粗糙，後來藉由其他女同事的介紹，使用了 HerbRay 噴霧，讓自己皮膚變好，更有自信，後來男同事想要發展關係，但確女主角拒絕，藉機帶出懷緯生技產品功效的自信。然而，因為該公司產品並不是保養品，如此設計可能會有疑慮甚至會讓公司觸法，因此修正腳本。不強調產品為保養品，而是強調可以避免使用其他清潔品傷害皮膚。該組的行銷企劃較為完整，針對短中長期規劃大致的活動，且符合公司的發展目標，惟在問卷分析結果的呈現部分有誤，後來有修正之。若要看詳細的腳本請參考附件六。

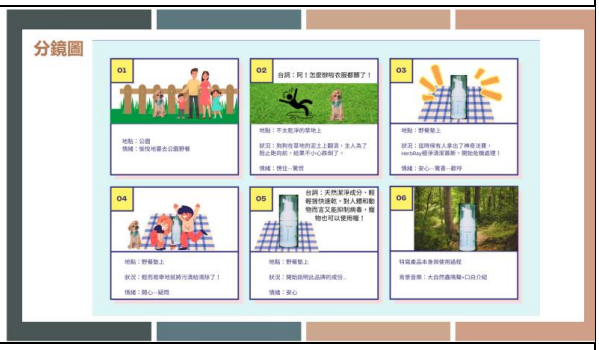
第三組作品:

第三組期中報告封面與參與名單

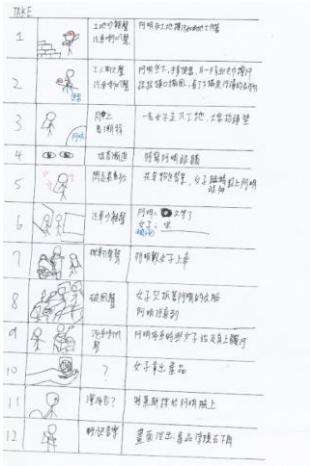


第三組對不同顧客進行描繪並得知差異

第三組之短期行銷企劃方向



第三組原本之簡單版分鏡圖



第三組修正後的分鏡圖

第三組行銷影片主題原本是一家人去野餐，不小心跌倒將衣服弄髒，再順勢帶出產品，強調其清潔力，整體來說，主打產品的功能性，且廣告方式和清潔用品慣用的方式相差不大，較欠缺創意，此外，因為分鏡切的不夠細，使的影片評審較難給具體建議，評審們一致認為可以加入情感元素，並將分鏡圖畫完整一點。而後，該組更正了其故事腳本，改成在工地發生的故事，也是強調產品的清潔力，但是加入了一些男女互動的成分，然而，因為公司的產品主要不是針對人體，因此，建議其微調腳本。企劃書部分，呈現了過多的數字細節，讓人摸不清重點，企劃方向也比較不清楚，需要好好加強。針對此點，評審與老師都提供豐富的意見，希望他們期末可以改善。若要看詳細的腳本請參考附件六。

- **期末報告**

期末報告作品請見附件六或點選下列連結

各組期末報告作品	網址	QR Code
各組行銷影片	https://reurl.cc/ZA3d7a	
各組成果報告 PPT	https://reurl.cc/b28bR3	
各組書面報告 PPT	https://reurl.cc/g25b84	

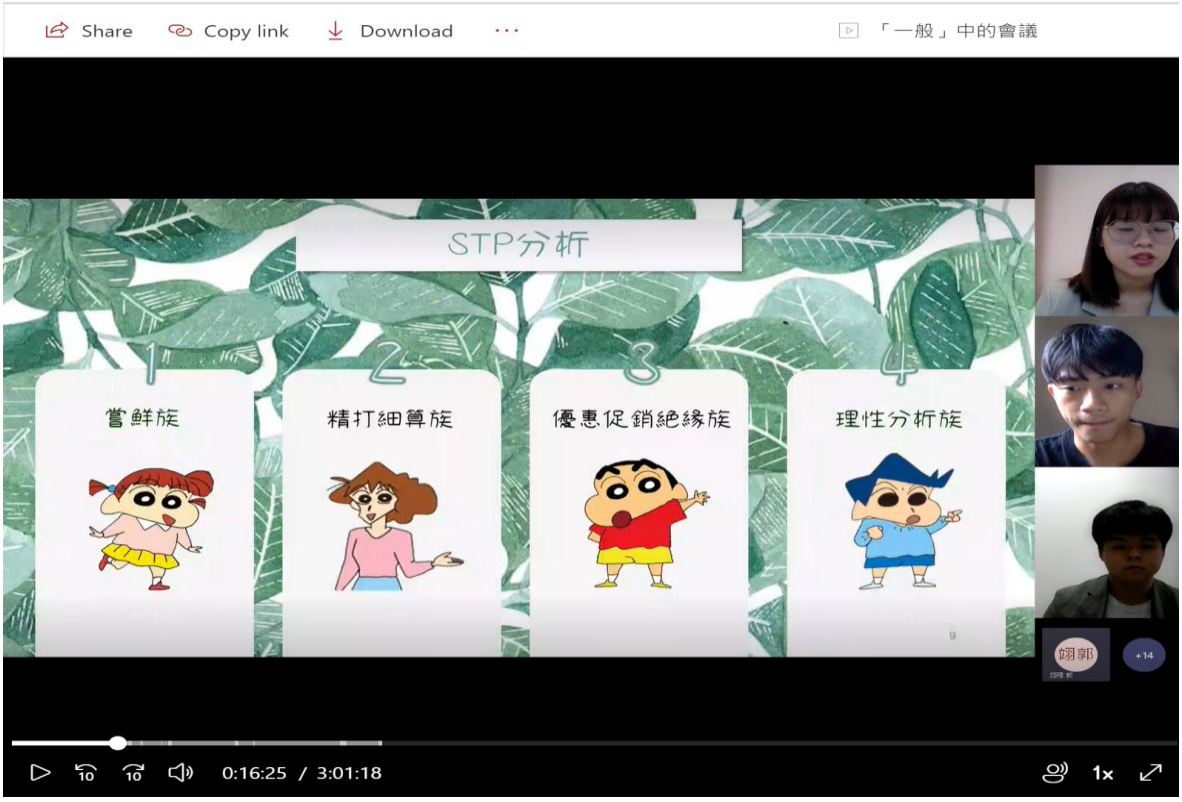
第一組作品：口頭報告

第一組期末報告封面與組員名單

第一組列出短期推廣活動

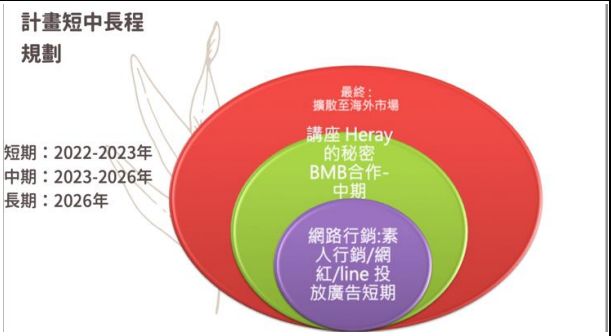
短期其一活動之執行細節

第一組行銷影片主打超人拯救環境主題



第一組期末報告投影片設計精美外，企劃以超人保護環境為主題巧妙串聯行銷影片，此外，推廣活動的細節上也交代仔細，表現相當傑出。

第二組作品：口頭報告

<table>
<tr>
<td>
</td>
<td>
</td>
</tr>
<tr>
<td>第二組期末報告封面與組員名單</td>
<td>第二組針對主要客群特性概述</td>
</tr>
<tr>
<td> 
</td>
<td>
</td>
</tr>
<tr>
<td>短中長期主打之行銷活動</td>
<td>第二組之行銷影片截圖</td>
</tr>
</table>

第二組同學針對消費者進行詳盡調查後發展短中長期行銷企劃，短期主要是網紅行銷、中期為舉辦生技講座、長期則是拓展到海外，搭配以自信與自然為主軸的影片。

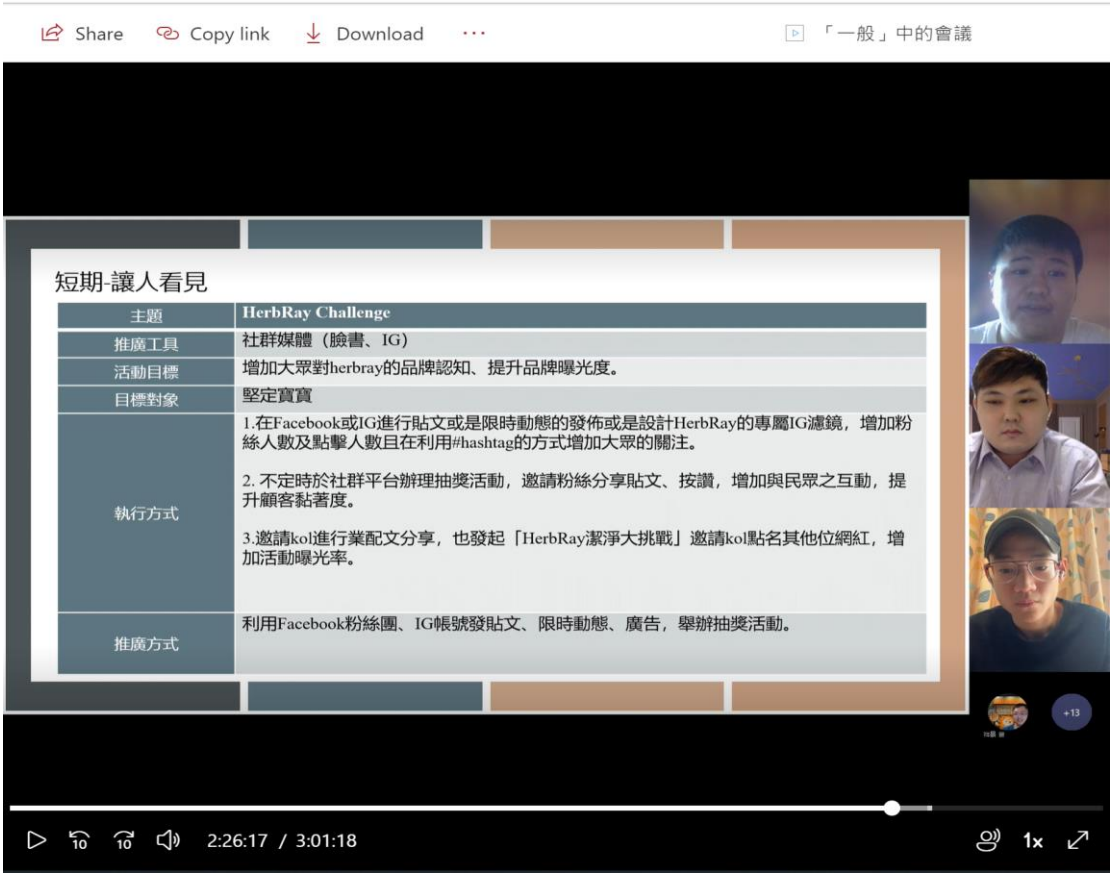
第三組作品：口頭報告

第三組期末報告封面與組員名單

第三組之短期企劃讓人看見

第三組之中期企劃成為朋友

第三組強調產品功能性之行銷影片



第三組期末報告以較為精簡的方式呈現農產企劃，不夠周延，需要改善。

- **遠距課程紀實**

以下列出遠距課程的上課影片紀錄供參:

上課日期/主題	連結	QR Code
4/29: 行銷影片與企劃期中進度報告: 行銷影片腳本與行銷企劃諮詢	https://reurl.cc/j1Y1pL	
5/13: 農產品行銷影片拍攝技巧與訓練實務	https://reurl.cc/x9492z	
5/27: 基礎後製與剪輯 1	https://reurl.cc/9GLG9j	
6/10: 基礎後製與剪輯 2	https://reurl.cc/an8nj4	
6/24: 期末發表	https://reurl.cc/e3lbxQ	
	https://reurl.cc/M05mvL	

- **業師與授課老師給同學之回饋建議**

企業方業師與授課老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 行銷影片評分評語表

組別	評分標準： 腳本與分鏡評分 創意發想（40%）	故事架構（30%）	分鏡腳本完整度（20%）	上台報告（10%）	總分	評語與建議
第一組	32	30	20	8	90	1、增加前面對於詳細的情節敘述。 2、6-3 增加人物的姓名 3、5-1 加強畫面力度，用跑的。
第二組	30	30	10	10	80	1、姓晴您的行為要銷成。 2、4.8.8 可以強調自信「8 乙自信」。 3、報告時，有完整的分鏡，細節会更好。
第三組	25	30	10	8	73	1、分鏡圖太小，要詳述。 2、故事偏簡單。 3、最後可以加標語。

評審簽名 余治明

2022/04/29

產學成果導向課程－農業行銷管理 期中發表 分析篇與行銷企劃方向 評分評語表

組別	評分標準： 分析篇與企劃方向評分 企劃創意（30%）	可行性（20%）	企劃邏輯（含問卷分析）（30%）	上台報告（20%）	總分	評語與建議
第一組	25	20	25	16	86	1、增加問卷的題目，逐漸收斂。 2、網路廣告的類型很多，可以再參考。 函
第二組	25	20	25	20	90	1、目標，可以用 SMART 原則，使可能量化。 2、長期目標，國外部份可以具体一点，哪個國家。
第三組	20	20	27	10	77	1、PPT 少用文字，多用圖、表 2、目標用 SMART，加入方法 3、重点要標示。

評審簽名 余治明

2022/04/29

業師威將博思公司－余治明先生(老師)給予各組期中行銷影片與企劃回饋建議

產學成果導向課程－農業行銷管理 期中發表 行銷影片評分評語表

	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	28	18	9	90	影片腳本的創意很不錯，加上友善環境與愛護環境這個是我們公司強調的理念。故事整體構思很生活化且撰寫腳本不錯，值得期待。
第二組	36	28	15	8	87	雖然我們的產品有強調不傷人體，但是其實我們的產品不能直接用於手部清潔，只能清物品，我們不是保養品，可能會觸犯法律，要注意。故事架構及立意甚符產品形象，惟請參據老師於故意進入主軸的金鋪梗及結尾，將可更為完整。
第三組	33	25	15	8	81	故事創意性及設計細節完整性建議多為補強。

評審簽名 高美雯

2022/04/29

產學成果導向課程－農業行銷管理 期中發表 分析篇與行銷企劃方向 評分評語表

	評分標準：					
組別	**分析篇與企劃方向評分**				**總分**	**評語與建議**
	企劃創意（30%）	可行性(20%)	企劃邏輯(含問卷分析)（30%）	上台報告（20%）		
第一組	27	18	28	18	91	1.行銷研究中的對不同產品接受度的部分建議可以針對我們公司特定產品去問會比較明確。 2. 行銷研究中，展覽的部分，感興趣的部分是曝光與實際的銷售會有差距，比較感興趣的是參展後是否會消費。 3. 研究分析數據相當完整，可惜問券樣本來源對象太有侷限性。
第二組	28	18	28	18	92	1. 前面公司比較要注意不要寫錯本公司的名稱了。 2. 研究分析問券發放受眾規劃甚佳，數據論述亦甚具參據價值。
第三組	26	17	26	17	86	1. 短中長期的內容沒有必要分那麼多。企劃的內容公司在短期內都做過了，中期比較會寫像是異業合作，長期則是往國外發展。 2. 分析受眾論完整度高，結論陳述方式簡要，惟行銷論述應深入些。

評審簽名 高美雯

2022/04/29

業師懷緯生技副總經理－高美雯女士給予各組期中行銷影片與企劃回饋建議

產學成果導向課程－農業行銷管理 期中發表 分析篇與行銷企劃方向 評分評語表

評分標準：

組別	分析篇與企劃方向評分				總分	評語與建議
	企劃創意（30%）	可行性（20%）	企劃邏輯（含問卷分析）（30%）	上台報告（20%）		
第一組	25	18	28	18	89	共同： 1. PPT開頭介紹：所企劃之產品 2. PPT編号 3. IMC、主題可加入 1. 分析篇最為完整，但宜指出企劃欲解決之問題，針對的TA.研究目的；分析結論要注意Logic，問卷填答女性多不代表女性是消費者 2. 推廣企劃也要包含折扣活動，以呼應問卷結果，推廣企劃要有主題性，可搭配節慶，使用「起人」分到認知，可運用社群媒體行銷產品與推廣活動、 3. 行銷企劃分短、中、長期、
第二組	26	18	22	19	85	1. 分析篇有數據錯誤(%)，但整体而言方向正確。 2. PPT設計精美 3. 行銷企劃、短、中、長期 主題要吸引(能夠的不普通)，也要彼此連貫。Herb Boy的秘密、陪伴Baby之間的關係，Baby的家 4. 可加入情境題分析，以支持為何要舉辦該有講座
第三組	20	15	20	15	70	1. 分析篇不易理解，宜突顯重點 2. 行銷企劃目的太空泛要說明方法，確方向 3. 情境題要放入分析 4. 目前短、中、長行銷目標 期望都是公司已有的

評審簽名 曾祥景

2022/04/29

產學成果導向課程－農業行銷管理 期中發表 行銷影片評分評語表

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	36	28	17	9	90	1. 影片分鏡最完整，宜注意連貫性 2. 故事宜加入多一點反差，起起人可說「改變前」、「改變後」有了產品可變得更有power. 3. 和螺旋永續連結是不錯的作法，很好！
第二組	37	28	10	9	84	1. 影片拍攝完整、考慮化妝有新出手. 2. 分鏡不完整、宜補足。 3. 有創意，可得是「自信」美，使用產品後 4. 男主角若要用非修課之人，記得要簽授權書.
第三組	35	25	8	7	75	1. 分鏡不完整，宜補足 2. 影片重功能性、缺情感，建議走感性路線，功能性也要要能和其他競品特別的差異

評審簽名 曾祥景

2022/04/29

授課老師－曾祥景 老師給予各組期中行銷影片與企劃回饋建議

業師與授課老師給同學期末報告之意見回饋

產學成果導向課程－農業行銷管理 期末發表暨競賽 行銷企劃 評分評語表

	評分標準：					
組別	**企劃評分**				**總分**	**評語與建議**
	企劃創意（30%）	可行性 (20%)	企劃邏輯（30%）	上台報告（20%）		
第一組	28	18	28	18	92	報告者應將所有組員的學級與姓名都唸一次。 報告內容必須先核實後才可說，HerbRay 的產品除了官網曝光外，在許多網路平台都有上架，也有自己的 FB。 同學規劃很多活動，自 2022/09 創立 IG 及 9-12 期間試行銷、2023 舉辦為期二週活動、7/1 結合世界海洋日舉辦活動、快閃活動…都很不錯，惟行銷活的成本效益分析都是以損益平衡的原則，要想想企業在長期沒有實質規模式淨利的可接受性。活動規劃後續會繼續推進嗎？
第二組	28	17	27	18	90	第一個報告同學，建議將所有組員的學級與姓名都唸一次。 研究分析除了產品與標的受眾外，有慮及生技產業發展趨勢很好。 研究結果與影片設計應多考量連貫性及呼應性。播放應提早測試過 行銷活動與知名品牌企業合作的方式，確實能較有效拿下標的客群。 活動效益屬性應明確於品牌提升或實質獲利，個別活動應細節些。
第三組	27	17	26	18	88	行銷陳述表格化且言簡意賅，惟內容細節上也要多注意。 目前的短中長期的漸進式推進方式是可以的，惟就行銷推廣上都較屬於前期的品牌曝光，完全沒有考慮到實際的獲利考量的規劃。

評審簽名 高美雯

2022/06/24

產學成果導向課程－農業行銷管理 期末發表暨競賽 行銷影片評分評語表

	評分標準：					
組別	**評分**				**總分**	**評語與建議**
	主題傳達（40%）	創意性 (30%)	技巧呈現（20%）	上台報告（10%）		
第一組	38	28	16	8	90	影片故事的設計與 HerbRay 環境友善做環保訴求的意識傳達具一致性，影片最終的呈現調性與原始總體影片感受有點斷片。建議優化洗手後的片段修改。
第二組	39	29	18	7	93	影片設計規劃邏輯清晰，陳述明確。播放應提早測試過！ 以旁白方式於整個影片呈現，很新穎，確實適合於網路推播之用。
第三組	38	29	17	7	91	影片呈現粗暴明確，很空易讓標的客戶理解，很好。惟影片中的產品使用呈現與產品的少量即可有效清潔去污的效果造成誤解了。 影片準備應早早測過。

評審簽名 高美雯

2022/06/24

業師懷緯生技副總經理－高美雯女士給予各組期末行銷企劃報告回饋建議

產學成果導向課程－農業行銷管理 期末發表暨競賽 行銷企劃 評分評語表

組別	評分標準： 企劃評分 企劃創意（30%）	可行性(20%)	企劃邏輯（30%）	上台報告（20%）	總分	評語與建議
第一組	19	18	30	18	85	1. P.41.文筆再潤飾，不要攻擊到人。 2. P.52.改成目標通路。 3. P.42活動主持人費用過高。 4. STP做得很好環環相扣,簡報風格優雅,成本估計部分有詳述交代計算內容有用心,建議可以縮小,並凸顯效益重點。
第二組	22	10	20	18	70	1. P.11 PEST應著重在政府補助、減稅抵免..等產業利多等政策。 2. P.13多一些新聞媒體的舉例,加強論述。 3. P.21目標設定需要符合SMART原則。 4. P.22-23 不建議照貼，應自己取捨重點重新設計。
第三組	22	10	10	18	60	1. P.11KOL需列出來哪些人適合;社群廣投放需要寫的精確，是什麼平台FB、IG、GOOGLE???廣告的類型是什麼?增粉還是觸及 2. 短中長評估，需要明確寫出活動 3. 預期成效建議提出百分比同時，應搭配實際的數量如，銷售增10%,原本賣10組現在是11組。

評審簽名 _____ 2022/06/24

產學成果導向課程－農業行銷管理 期末發表暨競賽 行銷影片評分評語表

組別	評分標準： 評分 主題傳達（40%）	創意性(30%)	技巧呈現（20%）	上台報告（10%）	總分	評語與建議
第一組	35	30	10	10	85	1. 兒童如果露臉效果會更好 2. 48、49秒中間的轉場建議用刷黑 3. 1:02 丟石頭建議刪掉; 1:13小叮噹音樂突兀，改背景音樂。 4. 標題字改成綠色才有環保意象
第二組	35	30	20	10	95	1. 影片銜接得很好，整體流暢合理 2. 男演員穿著不ok，至少穿襯衫、或梳油頭表現在上班。 3. 影片畫質太低僅360P，提供給企業方時建議1080p
第三組	30	20	10	10	70	1. 影片架構完整，但敍事平淡。 2. 應凸顯去污能力，有前後對比，觀眾才會有感。 3. 加入標題字，展現產品功能特色。

評審簽名 _____ 2022/06/24

業師威將博思創辦人－余志明老師給予各組期末行銷企劃報告回饋建議

產學成果導向課程－農業行銷管理 期末發表暨競賽 行銷企劃 評分評語表

	評分標準：					
組別	企劃評分				總分	評語與建議
	企劃創意（30%）	可行性 (20%)	企劃邏輯（30%）	上台報告（20%）		
第一組	26	18	28	18	90	1. 溝通目標不明確，現在寫的是手段而不是目標。 2. STP做得不錯，清楚點出各族群的特點。 3. 推廣企劃主題明確，有用超人去貫穿。但是其中有一個campaign叫做做你我的超人，請消費者分享一個令你肅然起敬的超人，這裡不太懂這裡超人的定義為何? 4. 為何Google廣告在中期才打? 而不是短期? 廣告可在短期造成大量的曝光，且愈早布局關鍵字應該愈好? 快閃店為何不在中期，而是在長期才進行? 5. 企劃中提到競爭者多，但卻無做對應的分析。 6. 企劃書剛開始說要為公司產品找到核心價值，但在企劃書中並無提及這個價值會是什麼。 7. 整體來說，執行企劃會得到財務上多少的績效? 8. 本組在行銷企劃上做的完整，前後連貫。
第二組	25	15	25	15	80	1. 環境分析ok，但消費者分析統計報表請不要直接從SPSS貼上，要自行編排整理，不然會不專業。 2. 分析數據可支持行銷企劃內容，主要與次要客群的差異不清楚。 3. 行銷企劃目標，短中長期要寫出來，目前寫的比較像是手段而非目標。 4. 推廣企劃書內容豐富，但不夠具體，活動細節與預期成效並無寫出來，建議可以和第一組的呈現方式一樣。 5. 短期提到要用LINE廣告，但實際上的內容為何? LINE的官方帳號是否有規劃建置? 為何中期要和BMW合作? 感覺兩者的客群雖然都有家庭，但前者會偏向富有，HerbRay噴霧感覺一般消費者也可以買得起。 6. 行銷影片在推廣企劃中的角色與出現時機點不是很清楚。
第三組	20	10	20	10	60	1. 企劃內容過於簡陋，缺乏環境分析。 2. 推廣企劃只有方向並無提供執行細節與示意圖。 3. 中期成為朋友，但推廣並無對應的活動，目前是以網紅為主，邀請網紅來設計產品，那要如何和消費者成為朋友? 直覺上比較像是要推會員制相關的活動，但卻無看到。 4. 實施此企劃後對公司的獲利部分並無著墨。 5. 短中長期企劃感覺可以在短期就做好了。

評審簽名＿＿＿曾祥景
2022/06/24

產學成果導向課程－農業行銷管理 期末發表暨競賽 行銷影片評分評語表

	評分標準：					
組別	評分				總分	評語與建議
	主題傳達（40%）	創意性 (30%)	技巧呈現（20%）	上台報告（10%）		
第一組	38	26	15	8	87	1. 影片主題清晰，亦符合客群的特性與公司之「環境永續」經營理念，並運用超人的主題來連貫，這個影片也巧妙融入行銷企劃中! 2. 但有些鏡頭怪怪的比較突兀，譬如在海邊忽然丟東西? 還有拿出乾洗手產品時的小叮噹配樂?
第二組	39	29	19	8	95	1. 影片幽默有創意，能展現HerbRay的自信與專業與天然形象。 2. 和行銷企劃中的推廣活動的對應不是很清楚。 3. 旁白很讚，帶動整個影片的情感。 4. 男主角穿著不像是上班族? 很像工讀生。影片畫質不佳!
第三組	30	20	10	5	65	1. 影片以理性為訴求，強調Herbray洗碗噴霧的清潔力。 2. 但是很不合理，為何要針對乾淨的東西去噴? 3. 和行銷企劃的結合不是很清楚?

評審簽名＿＿曾祥景
2022/06/24

授課老師－曾祥景老師給予各組期末行銷企劃報告回饋建議

- **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 13 位同學心得請見附件六。

1. 企管三 林辰儒同學:

透過這學期的課程，我複習了很多之前學過的行銷分析和策略，同時也學習了新的知識和技能，包括spss分析的應用還有影片的編寫與剪輯，從問卷資料匯出與改寫到實際操作spss，還有腳本的構思、分鏡圖的繪畫、攝影的技巧或pr的操作等等，都讓我受益匪淺，整個學期的課程設計很多樣，但也不會覺得負擔太大。

產學合作的課程是少數可以把理論實際應用的機會，有實際的企業和商品作為行銷企劃內容，很榮幸可以使用自己的所學，雖然可能因為經驗不足，導致企劃不夠成熟，但是整體而言，我覺得這是好的開始，可以從這次的經驗中學習成長，然後一次比一次進步。

然後因為選修此課程的人數不多，一開始還擔心自己會沒有辦法負荷課業量還有跟上進度，但是幸好遇到了幾位很好的組員，感謝他們這學期的包容與合作，才能有今天的成果。

2. 英文碩一 蔡萱穎同學:

很開心有機會選到外系的課，學習到很多跟行銷有關的知識，隨著資訊大爆發，對行銷的需求也變大了。事實上一個好的產品得配上行銷的輔助，才能讓民眾看到，這也正是我想學習行銷的原因。

透過此產學合作，除了解懷緯這家公司，也對健康有了更新的認識，如何選擇有益我們健康的產品 最重要的是從幫他們規劃行銷的過程中 去了解市場，民眾的愛好，以及推廣的模式，找到問題並解決，我相信這是一個對未來很棒的經驗。

除了學到行銷規劃外，還可以學習到影片的拍攝，平常我們在廣告上看到覺得棒的特效，透過這堂課，我們也可以了解其拍攝技跟呈現方式，在農業行銷學到不只是理論，而是實務經驗，又融合攝影，既有趣又具有實用性。

3. 管理碩一 李若綺同學

在農業行銷課堂所學的也能跟其他門課程運用，像是STP分析、4P分析都有了更清楚的了解，對此感到謝謝老師!同時也很感謝老師邀請了業界的廠商與我們合作，將本學期所學的市場定位、如何推廣、拍攝微電影運用在合作上，辛苦老師、企業方、余老師的指導，在每次的報告中給予的回饋，都讓我們更了解問題，並去思考如何解決，謝謝!

4. 管理碩二 陳玟心同學

這堂課最大的收穫是老師請了業師來教導我們關於攝影技巧、影片拍攝、影片剪輯等，雖然後續的課程改為線上授課，但余老師的教學非常有趣，會讓我們實際現場操作剪輯軟體，教我們一些剪輯時的小撇步，還推薦一些背景音樂等軟體，相信這對未來要走行銷領域的同學都會有非常大的幫助，因為課程名稱的關係，本來以為農業行銷只會專注在農業的領域，沒想到課程是很扎實很豐富的。

也很感謝組員們在這學期的努力，大家從無到有，一路從問卷調查到SPSS分析，再到影片拍攝剪輯等等，都是因為有團隊一起合作出來的成果，有太多東西需要我們去討論，正因為組員們有些是來自不同的背景，也激盪出不一樣的火花，最後謝謝萌主祥景老師！幫我們安排的課程，讓我們能把在學校學習的理論知識，實際與業界進行整合，並發現自己的不足及可以改善的地方。

5. 企管四 郭翊稜同學:

透過這堂課程，我們學習到了許多關於生技的知識，聽企業方的介紹，也讓我對農產品的應用範圍開了眼界，知道原來農產品不是只能用來吃，還能應用在生活許多地方，在報告的同時，還能學習到和企業合作該注意的各種事項，有助於未來出社會後與企業合作。

後半段的課程，還請來余老師教我們如何去發想構圖，讓我們學習到許多跟攝影相關的知識，從起初的擬定分鏡圖，一直到後來的攝影器材操作、拍攝手法，以及最後的影片剪輯技術，這些都讓我受益良多。

這些課程中，最讓我印象深刻的是，後面的剪輯教學，因為操作難度較高，所以老師分了好幾堂課在教我們，而且每次課程結束都會有問卷回饋，也會真的都依情況調整教學方式，我個人認為這非常難能可貴，畢竟很多老師都是依照自己的步調在上課的，同時因為老師的不斷精進，我覺得上他的課可以說是收穫許多，課堂上都會認真聽課、跟著進行操作，老師對於學生也常常給機會進行實際操練，對於不懂的地方也會不吝給予指正，真的很慶幸能遇到好老師，以及這麼難得的學習機會。