

雲嘉南區域中心 107 年 8 月課程簡表

授課日期	授課時段	課程主題	授課教師	授課地點
107 年 9 月 21 日	13:30~16:30	我們值得更好的都市運輸	陳勁甫	臺南市國立成功大學交通管理科學系二樓 62207 教室
107 年 9 月 28 日	09:30~12:30 13:30~16:30	大眾運輸行銷實戰工作坊 創意行銷	林文傑	嘉義市政府

- 一、報名方式：採網路方式報名，請至本中心網站填寫報名表，每單位至多 4 名，報名人數額滿為止。本中心平臺的網址：<http://rtdrc.web2.ncku.edu.tw/bin/home.php>
- 二、報名日期：即日起至課程前一天止。
- 三、凡全程參與本月課程之公務人員，可登錄公務人員終身學習認證時數。
- 四、為響應環保，請自備水壺(學校設有飲水機)及環保筷。

課程摘要表

課程主題	我們值得更好的都市運輸	授課教師	陳勁甫
授課日期	107 年 9 月 21 日(星期五)	授課時段	13:30-16:30
授課地點	成功大學交通管理科學系二樓 62207 教室		
講師經歷	<ol style="list-style-type: none">1. 成功大學交通管理科學系教授2. 高雄市政府交通局局长		
課程簡介	<p>都市運輸在城市治理中扮演為關鍵的角色，但都市運輸同時面對著不同面向之挑戰，永續系與智慧化為目前國際城市所關心之都市運輸課題。本課程將介紹都市運輸永續性與智慧化之趨勢、概念與不同城市之實施案例，並特別以高雄市近年在推動生態交通之經驗做為課程分享討論，另針對國內城市推動都市運輸之方向提供建議。</p>		
課程大綱	<ol style="list-style-type: none">1. 都市永續性面臨的挑戰2. 都市運輸的重要性3. 生態交通的內涵4. 國際城市的案例5. 高雄實踐的經驗6. 城市可推動的方向7. 結語		
授課教材	<ol style="list-style-type: none">1. 自行編寫之投影片教材		

課程摘要表

課程主題	大眾運輸行銷實戰工作坊 坊創意行銷	授課教師	林文傑
授課日期	107年9月28日(星期五)	授課時段	09:30~12:30 13:30~16:30
授課地點	嘉義市政府		
講師經歷	<p>林文傑 Leon：台灣大車隊 大數據發展事業處 資深經理 文章著作散見各行銷相關網站，以下列出主要部分 哈佛商業評論 林文傑專欄 https://www.hbrtaiwan.com/article_author_Leon%20Lin.html 數位時代 https://www.bnext.com.tw/author/1863 DCplus 專欄 https://blog.dcplus.com.tw/author/onsalekinggmail-com Blog: http://onsaleking.blogspot.tw/</p> <p>◎經濟部中小企業處創業資源服務推廣計畫顧問 行銷業界導師暨顧問 ◎青年創業總會 講師及創業圓夢網顧問 ◎行政院創新基地 講師及顧問 擔任台灣資生堂內部行銷教育訓練講師 台灣兩岸中華文化經濟交流協會開辦之「行銷跟你想的不一樣」講師 新竹市文化局擔任「口碑行銷致勝關鍵」講師 【106年度亞洲矽谷智慧商業服務應用人才培訓實務課程智慧零售-數位行銷管理師實務課程】講師 資策會產業情報研究所(MIC)創意產業中心之文創產業中介經紀行銷課程講師。 淡江大學 EMBA 行銷業界講師。 商業發展研究院擔任「零售業數位行銷人才培育養成專班」文案產製與創意廣告的課程教師。 國立臺北教育大學電子商務講座講師 學學文創開設”行銷經理人的關鍵決策”系列課程。 哈佛健診公司擔任內部訓練講師 聯華食品企業內部訓練行銷講師 ALPHA Camp 行銷課程講師 國立政治大學公共行政及企業管理中心課程：社群議題操作心法課程講師。</p>		

	<p>德明財經科技大學電子商務與網路行銷課程業界講師。國立政治大學公共行政及企業管理中心課程：社群內容吸金術課程講師。</p> <p>時藝多媒體(中時集團)之企業內訓講師。</p>
課程簡介	<p>行銷，是一段持續性的過程，是動態，而非靜態的。好的行銷企劃，往往是一連串的努力所帶來的成果展現。在這門課程裡，本課程著重於從動機、認知等角度出發，探討有哪些有效的交通相關宣導策略，讓參與的學員思考該怎麼根據在地狀況研擬出適合的交通相關宣導，並進一步應用於實際宣導活動當中。</p>
課程大綱	<p>行銷基本概念說明</p> <ul style="list-style-type: none"> # 由業務到行銷的基本思維 # 品牌是一個信念：你是一個品牌嗎？ # 品牌如何定位與策略如何展開、品牌操作步驟 # 品牌經營方法與架構、行銷生態系統與企業常見問題 # 問題：品牌是什麼？交通相關服務、商品的價值如何創造？ # 小組討論與發表：去掉商品或服務之後還剩下什麼？ <p>我們行銷的目的其實不是銷售商品</p> <ul style="list-style-type: none"> # 我們賣的是商品本身？討論與案例分享 # 消費者怎樣才會記得我們的交通相關服務、商品與品牌 # 英國奧美行銷總監的分享影片 # 實際案例：玉蘭花香氛片行銷案 # 品牌為了商品建立了有意義的符號 # 消費者的心理捷思與行銷的關係 # 討論與案例分享：別人對你的印象是什麼？促發什麼心態傾向？ <p>如何說好一個故事，故事怎麼會被傳播？</p> <ul style="list-style-type: none"> # 品牌故事如何說？如何建立正確的故事架構？ # 燦坤故事行銷置入案例分享 # 企業將商業轉變成為一個消費者接受的有意義符號 # 故事被傳播的秘密與案例分享 # 社群行銷如何做？ <p>行銷萬有理論：內容 X 社群 X 商務</p> <ul style="list-style-type: none"> # 品牌在現實環境的呈現方式與案例 # 消費者行為與習慣，消費的脈絡 # 行銷就是內容 X 社群 X 商務 <p>課程目的</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 找出目前定位與適合的行銷方式 WHY 戰略層面 2. 如何制定行銷方式，讓消費者記得且能促使行動 HOW 戰術層面 3. 員工如何利用數位行銷工具來推廣公司和產品 WHAT 戰技層面 4. 現場提問與給予建議
授課教材	簡報