

【附件三】 成果報告

封面 Cover Page

教育部教學實踐研究計畫成果報告 Project Report for MOE Teaching Practice Research Program

計畫編號/Project Number：PSK1135751

學門專案分類/Division：[專案技術實作]

計畫年度：☒113 年度一年期 ☐112 年度多年期

執行期間/Funding Period：2025.08.01 – 2025.07.31

自媒體經營實踐導入課程之教學策略及成效研究 ／Research on teaching strategies and effectiveness of social media management incorporated into the curriculum

計畫主持人(Principal Investigator)：林果蓁

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：國立臺灣藝術大學／廣播電視學系

成果報告公開日期：☒立即公開 ☐延後公開

繳交報告日期(Report Submission Date)：2025 年 9 月 18 日

自媒體經營實踐導入課程之教學策略及成效研究 (Research on teaching strategies and effectiveness of social media management incorporated into the curriculum)

一、本文 (Content)

1. 研究動機與目的 (Research Motive and Purpose)

在數位化與平台化快速發展的當代傳播環境中，社群媒體已不再只是訊息傳遞的工具，更成為品牌經營、公共關係實作、文化傳播與行銷策略的關鍵節點。尤其對於廣播電視學系的學生而言，未來職場所需的能力早已不僅止於傳統影音製作或新聞編採，而是需具備跨平台內容製作與策略溝通的能力。然而，目前多數高等教育傳播課程中，仍以理論講授或案例研討為主，導致學生在面對實際操作時，難以快速因應市場需求，產生「學用落差」的問題。

本研究的核心目的，即是透過教學實踐的方式，將「自媒體經營」導入課堂，設計一套以 Podcast 為內容主軸、社群平台為推廣管道的課程架構，讓學生在實作過程中學習前期策略規劃、內容製作、數據觀察與成效評估，培養其跨平台整合思維與即時回應能力。透過這樣的課程實踐，不僅能強化學生媒體操作與團隊溝通的實務經驗，更能具體回應「理論與實作並進」的教學目標，進一步評估該教學設計是否有效提升學生的學習成效與職場即戰力。

2. 研究問題 (Research Question)

本研究圍繞以下三個主要問題進行探討：

- (1) 教學策略與學習成效之關聯性：本課程設計是否有效提升學生對數位行銷與公共關係理論的理解，並促進其在自媒體平台上的實作應用能力？換言之，教學策略的創新與整合是否能帶來學習成效的實質提升？
- (2) 學生對自媒體經營之實務操作能力：學生是否能在實作過程中，從平台操作、內容規劃到成效分析，完整體現策略制定與實施的歷程？在面對流量數據時，是否具備初步的判讀與調整能力？
- (3) 教師角色與團隊動力如何影響學習歷程：教師與業師在課程中所扮演的促進者角色，如何影響學生的學習動機與策略修正？團隊間的溝通協作又如何影響學習氣氛與成果表現？
- (4) 這些問題不僅回應教學設計與學習效果的實質連結，也涉及學習者在實踐場域中所面對的心理狀態與知識轉化歷程，對教學改革與跨域教學設計具高度參考價值。

3. 文獻探討 (Literature Review)

(1) 實踐社群的建立與專業學習場域的延伸

本計畫將實際操作場域視為一種「實踐社群」(community of practice)，學生圍繞 Podcast 節目製作與社群行銷的專業目標，展開持續互動與知識交換，形塑出具有共享語境與目標的學習社群。這樣的學習場域，體現了 Wenger 等人 (2002) 所提出的實踐社群三構面：領域 (domain)、社群 (community) 與實踐 (practice)。學生不僅共同關注社群經營的策略與效益，更在每週實務進行中持續對話與協作，深化對傳播領域的理解。

此外，本計畫亦應用了「專業學習社群」(Professional Learning Communities, PLCs) 概念 (Hord, 1997)，協助學生在班級社群中實踐出支持共享領導、集體學習與應用學習的機制。課程鼓勵學生形成團隊，在 Podcast 製作過程中練習跨域合作與專業角色的溝通，並藉由對後台數據的觀察與反饋，強化其媒體素養與實踐能力。

(2) 教師策略的彈性調整與教學角色的轉換

在教學策略部分，本計畫教師定位為「自媒體經營導入課程的推進者」(facilitator)，著重於引導學生在不同學習節奏中達成目標 (陳玉婷, 2010)。課程中教師運用多元策略如即時輔導、分組診斷與業師協作，回應學生的學習狀況與團隊需求，使整體課程具有高度彈性與應變力。這樣的策略運用，亦契合 Issac (2010) 所提「教學策略為即時反應學生狀況並提供刺激的實踐性行動」，同時也呼應 Neacșu (1990) 所述：「教學設計中的策略應是方法、技術與形式的合理組合，以發揮學習潛能」。

本課程強調的不只是內容講授，更是「策略建構」與「角色轉換」的教學現場。教師需不斷在講述者、協調者與回饋者之間進行切換，使課堂成為一個能容納差異、鼓勵對話的共創場域，促進學生能在錯綜複雜的媒體環境中進行判讀與思考。

(3) 學生學習成效的呈現與學習動機的提升

本研究透過課程前後的問卷調查，進行學生對教學設計、教師輔導、團隊合作與學習成效的自我評估，並觀察其實際在平台上的操作成果。數據顯示，多數學生認為本課程提供一個具高度實踐性的訓練平台，不僅提升其技術能力，更增進其對數位媒體結構與策略邏輯的理解。

此外，團隊合作的設計亦使學生能在實踐中學習如何統合個人專業與集體任務，避免如 Senge (1990) 所指的「個人僅專注於自身位置而忽略整體責任感」的情境。當團隊成員能建立共識並有效分工，社群經營成果也較為理想，顯見團隊策略與經營效益之間存在正向關聯 (Robinson, Kilgore, & Bozkurt, 2020)。

學生亦反映，透過接觸實際數據與觀察後台變化，他們逐漸理解「觀眾行為」、「平台機制」與「內容策略」三者間的相互關係，這種

知識轉化的歷程強化了他們的學習動機（Guay, Ratelle, & Chanal, 2008），也驗證了學習風格多元化與互動性教學資源對學習成效的促進作用（Liu & Yen, 2014）。

最終，課程不僅促進學生知識內化，也引導其將知識應用於行動實踐，實踐了 Watkins 等人（2002）所提「學習是與他人共同創造知識，而非單向吸收」的理念，使自媒體經營成為一種能動性的學習方式與文化實踐。

4. 教學設計與規劃 (Teaching Planning)

本課程以 Podcast《Conver.gen.ce》為實作主軸，搭配主要社群平台的經營操作，如 Instagram、Facebook、Threads 等，由學生分組進行全程內容規劃與實際執行。課程共計 16 週，前段以數位行銷與媒體策略理論講授為基礎，中段安排實作任務與業師諮詢，後段則進入數據觀察、成果分析與反思討論。

課程設計的最大特色在於導入「Scratch Night」概念——學生於期中進行創作簡報與策略分享，並由他組同儕與教師共同給予實質回饋，再依據回饋進行調整，讓學生在過程中理解「反饋→修正→再執行」的循環歷程。此外，課程亦安排業界講座，如本學期邀請的業師翁群翔，為現場再設計公司（Relanding Design）創意總監，有豐富社群行銷經驗，促進學生理解媒體產業現實面。

本次課程相較於過去相似課程，最大差異在於創意發想與內容策劃的結構性設計，及新增的「主帳號經營組」制度。過去課程多以各組自製 Podcast 節目並執行相對應的單集社群行銷為主要任務，然而本次則在既有基礎上額外設置一組「主創組」，負責整體頻道形象、品牌視覺一致性、發布節奏與跨組協調等高階任務。該組由業師——來自 Relanding Design 的創意總監——親自擔任指導顧問，進行每週一對一的深度諮詢與策略檢討，並引導學生從平台經營者的視角思考整體內容策略。

在每週固定開會的強度規劃下，主帳號經營組的學生不僅需回應各組單集內容的整合需求，也需面對品牌聲量、曝光節奏、數據變動等平台實況，進行即時調整與優化。這種經營責任的提升，讓學生實際進入「營運」與「管理」的場景，培養其在策略判斷、數據解讀與跨部門協作方面的綜合能力。相較過去單集導向的創作模式，本次課程更重視創意生成的邏輯性與平台整體性思維，試圖讓學生經驗一個完整媒體專案從零到一的過程。

此外，透過主帳號的存在，也讓各組之間形成更明確的分工與溝通管道，學習如何在大型專案中扮演各自角色。整體而言，這樣的調整不僅深化了課程的專業密度，也在實作過程中激發更多創意的對話與修正動能，對學生的學習動機與執行能力均產生明顯影響。

期末則以跨平台數據觀察為核心，各組需提出 Podcast 收聽率、社群觸及率、互動回應等數據報告，並評估策略成效與未來改進方向。課程成績評量則包括平時參與（30%）、期中簡報（30%）與期末報告（40%），重視學生在團隊合作、策略理解與數據分析上的綜合表現。

5. 研究設計與執行方法 (Research Methodology)

本研究主要採用問卷調查法作為量化資料蒐集的核心方法，研究對象為 113 學年度修習《網路傳播與行銷》課程的全體學生，共計 36 人。研究場域橫跨兩大層面，一為課堂中的教學互動與學習情境，另一則為學生實際參與的社群平台經營，包括 Podcast 製作、Instagram、Facebook 與 Threads 等數位實作場域，兼具教育場景與數位平台雙重脈絡。

在研究設計方面，研究團隊於課程初期，第二週當選課完成之後實施課前問卷，以調查學生對於課程設計、教學期待、社群平台經營認知、以及自我預期學習成效的初始觀點；並於課程結束時（第 16 週）施行課後問卷，針對學生在學習過程中的實際參與情況、教學輔導體驗、團隊合作品質與自我學習成果等面向進行回饋蒐集。此前後測設計，有助於掌握學生在課程歷程中之變化，作為教學介入效益的量化基礎。

此外，本研究亦納入學生實作數據分析作為補充性資料來源。每組學生皆需經營一項 Podcast 節目及一個社群平台帳號，透過平台後台數據（如：觸及人數、互動率、收聽率、完播率、粉絲增長等）進行觀察與紀錄。研究團隊預計將學生所蒐集之實際數據進行交叉比對，評估其社群操作策略與內容產出在平台效能上的關聯性，進一步探討教學策略是否真實反映在成效指標上。此資料將與問卷結果進行對照分析，強化研究結論的多元面向與實務基礎。

在整體研究過程中，教學回饋循環機制亦被視為本計畫的重要精神。所有問卷調查與平台數據分析結果，將回饋至教學設計本體，作為下一輪課程優化之依據。透過「教學實踐 → 成效評估 → 策略修正 → 教學再實踐」的滾動式迴路，實踐動態課程設計的理念，並持續提升學生學習經驗與課程品質。此一機制不僅有助於課程本身的發展，也為未來類似課程提供可參照之教學模型與實證資料。

因此，本研究藉由嚴謹的資料蒐集與分析流程，結合理論探究與實務操作，期能回應當代傳播教育在媒體素養與數位技能養成上的實際需求，亦提供高教領域在教學創新上的具體實踐經驗與研究貢獻。

5. 教學暨研究成果 (Teaching and Research Outcomes)。

(1) 教學過程與成果

本課程以 Podcast 製作與社群平台經營為實作核心，成功結

合傳播理論與數位實務技能，提供學生一套完整的內容企劃、操作執行、行銷策略與數據分析訓練流程。全班共分為九組進行分工，其中八組負責節目單集與對應社群行銷，另設一主帳號經營組，專責統籌視覺風格與整體品牌調性。課程導入「主題導向分組」機制，讓學生根據節目理念進行分組，而非以熟識度分組，促進跨領域合作與創意激發。

在學期中後階段，學生依據各組目標受眾與平台特色進行內容優化，並根據平台後台數據進行滾動式策略修正。學生製作的 Podcast 單集主題涵蓋族群文化、Z 世代生活風格、地方創生、流行音樂評論等多元領域，並成功導入社群操作（如 Reels 剪輯、短影音預告、文字敘事與標籤設計），整體成果遠超預期。部分組別單集收聽次數超過 150 人次，主帳號追蹤數成長超過 60%，顯示學生的行銷策略具操作實效。整體而言，教學成果不僅體現在節目與社群的完成度上，更包含學生在策略思維、平台使用、數據判讀與團隊協作等綜合能力的實質提升。

(2) 教師教學反思

對我而言，這門課就像一次深潛式的共創旅程。雖然過去也曾開設與新媒體相關的課程，但這次將 Podcast 製作、社群操作與數據觀察真正整合為一體，並引入主帳號與業師合作機制，是前所未有的挑戰與嘗試。

最大的突破來自於「主帳號經營組」的設計。我與業師每週和學生團隊討論平台視覺風格、文案策略、與整體品牌一致性。這不只是教導學生一套技術或知識，而是與學生一同參與他們內容產出的每個猶豫與選擇。在這樣密集的互動中，作為教師也重新反思「觀察」與「等待」的意義。等待學生自己意識到何時該調整策略、如何從數據中讀出問題，也等待他們在失敗中找出自己的節奏。

當學生意識到「自己的內容真的會被聽見、被點開」時，動力會隨之自然浮現。這時，教師的角色不再只是教知識，更是陪伴與引導。從期中導入的「Scratch Night」同儕提案夜，我深刻體會到學生間的回饋力量的影響性，這種「先被理解，再被挑戰」的氛圍，讓每組作品都有長足的進步。

這堂課讓我更相信「實作」本身就是一種非常扎實的學習過程，好的教學不只是設計一套漂亮的流程，而是在混亂、調整與偶爾的不確定中，持續找尋與學生對話的方式。未來若要延續此課程，我會考慮增加初階工具與平台操作的教學時間，並試著將產業資源整合得更系統，讓學生能再早一些組織行銷策略的節奏感。雖然這樣的課程負載量大，但學生一個一個找到自信與定位

的過程中，這份「負載量」是有價值的。

(3) 學生學習回饋

根據課後問卷與非正式訪談回饋，多數學生認為此課程是其大學階段最具實務挑戰與學習價值的課程之一。學生表示，過往雖有影音製作經驗，但從未將內容企劃與社群行銷、數據分析做系統性整合，此課程不僅讓他們實際面對聽眾與讀者，也首次體會到「數據會說話」的操作邏輯。

部分非廣電背景的學生起初對 Podcast 製作感到陌生，但在團隊合作與教師輔導下逐步熟悉流程，也從社群互動中獲得成就感。有學生反映希望未來可於前期增加平台操作訓練課程、邀請更多案例分享，或增加分組內角色分工的明確性。整體而言，學生普遍給予課程高度評價，尤其對「實際上架、實際被聽見」的操作歷程感到興奮與收穫，顯示本課程成功引發學習動機，並具備培養媒體素養與跨平台溝通能力的潛力。

6. 建議與省思 (Recommendations and Reflections)

在本次教學實踐計畫中，我們嘗試將 Podcast 與社群經營納入課程主體，不僅強化學生在數位內容製作上的能力，也讓學生實際面對當代平台環境中的挑戰與不確定性。然而，從課程實施到研究分析的整體歷程，也讓我們意識到許多值得持續修正與深化的部分。

首先，在教學安排上，儘管實作課程能激發高度的學生參與與創作動能，但對於初次接觸 Podcast 製作或社群操作的學生來說，仍有明顯的進入門檻。建議接續可於學期初加設工具導入單元，提供更完整的基礎技術訓練，降低學生的不安感，也讓教學節奏更為流暢。

另外，在分組與工作分配上，本次導入「主題導向分組」雖成功促進了跨領域對話與創意整合，但在分工落實上，部分組別仍出現角色模糊、時間管理失衡等現象，尤其廣電系學生在學期中有多樣課程是作品製作與拍攝，其他科系則多有演出與展覽等。未來可考慮於課程初期即協助各組擬定工作說明書（job descriptions）與進度時程表，讓學生在自主運作中也能保持明確的責任分配與時程紀律。

學生在操作平台後台與觀察數據的過程中展現高度興趣，但我們也觀察到，大部分學生對數據背後的意義尚缺乏足夠的解釋力與行動能力。建議未來可結合更多行銷數據分析、平台演算法基礎與內容策略模擬練習，可能還需要有業師進行數據（data）的分析教學，使學生不只是觀察數字，更能從中提出更好的行銷策略與創意調整，更深入理解媒體素養與策略思維。

從學生回饋中可感受到他們對「被看見、被聽見」這件事有極強的認同感，也因此更願意投入時間與心力。然而這種「真實觀眾存在」的教學安排，也代表教師需面對更高的不確定性與教學彈性。未來若要推廣此課程模式，建議學校層面可提供更多支援機制，例如協助媒合產業資源、建置共享錄音空間、或提供技術顧問協作平台，以減輕教師教學與計劃執行的雙重壓力，也讓學生有更多的發揮空間。

本次課程雖具挑戰，但也充滿可能性，教師與學生皆在過程中深刻學習。未來若能持續擴展資源、深化策略設計與跨域合作，將有機會形成一套成熟的教學模型，提供傳播與藝術領域實作課程的重要參照。

二、參考文獻 (References)

- 李勇輝 (2017)。〈學習動機、學習策略與學習成效關係之研究-以數位學習為例〉，《經營管理學刊》，14：68-86。
- 陳玉婷 (2010)。〈教學策略影響學習成效之實證研究〉，《台南科大學報》，第29期人文管理類，頁191-212。
- Guay, F., Ratelle, C. F., & Chanal, J. (2008). Optimal learning in optimal contexts: The role of selfdetermination in education. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(3), 233
- Hord, S. M. (1997). Professional learning communities: Communities of continuous inquiry and improvement. Southwest Educational Development Laboratory.
- Issac, Jerin C. (2010). *Methods and Strategies of Teaching: an overview*, Pondicherry University Press.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate peripheral participation*. New York: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511815355
- Liu, H. C. & J. R. Yen. (2014). Effects of Distance Learning on Learning Effectiveness, *Eurasia Journal of Mathematics, Science & Technology Education*, 10(6), 575-580.
- Merriam, S. & Caffarella, R. (1999). *Learning in adulthood: a comprehensive guide (2nd ed)*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Neacșu, I. (1990). *Instruire și învățare*. București: Editura Științifică.
- Robinson, H., Kilgore, W., & Bozkurt, A. (2020). Learning communities: Theory and practice of leveraging social media for learning. In G. Durak, & S. Çankaya (Eds.), *Managing and Designing Online Courses in Ubiquitous Learning Environments*

(pp. 72-91). Hershey, PA: IGI Global. doi: <https://10.4018/978-1-5225-9779-7.ch004>

Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. New York: Doubleday/Currency.

Wenger, E., McDermott, R., & Snyder, W. (2002). *Cultivating communities of practice*. Boston: Harvard Business School Press.

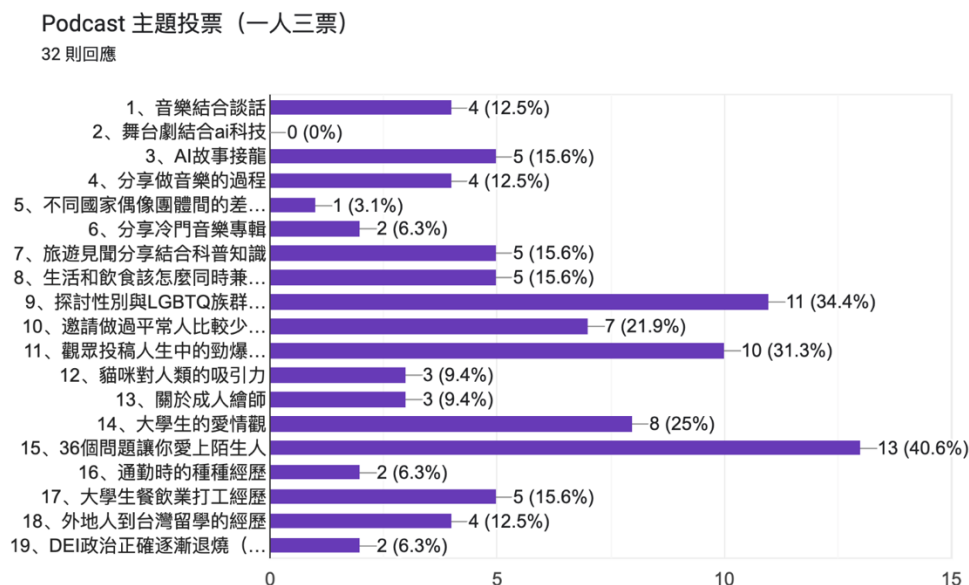
三、附件 (Appendix)

(一) Podcast 相關連結

Podcast 《Conver.gen.ce》，連結如下：

<https://open.firstory.me/user/cla0xwng6001401vs3y2vfsgp/platforms?fbclid=IwAR1brerWLpoW7CjTo7NM31pLlCTM2JRcagtPG72GpFMFVdjTTXy9iCpuclU>

(二) Podcast 主題：Podcast 是由學生的思想藍圖進行創意討論。下圖為本次學生投票選擇的主題，本學期即以票數較高的主題進行 podcast 的製作。



(三) Podcast 收聽數據

S3E5 和 S3E4 的部分數據顯示為 1 和 0，是由於 Firstory 系統出現錯誤，後續則改由 Spotify 給予數據的提供。

☐	S3E8		母軍的人看過來！36個問題，帶你一窺陌生人如何墜...	2025-04-18	16:42	公開	238	...
☐	S3E7		人生好難！喜歡的都是gay！能睡的還要付交通費？😓	2025-04-11	13:24	公開	53	...
☐	S3E6		《大學生打工經驗談》星巴克打工被要LINE？酷聖石丟...	2025-04-11	23:44	公開	162	...
☐	S3E5		《是大學生 愛！》大膽開聊——包養，算不算愛情？	2025-04-11	15:49	公開	1	...
☐	S3E4		性別觀測站地球分部-01社群上的代理孕母討論	2025-04-11	12:32	公開	0	...
☐	S3E3		22歲就得到全世界的辣位網黃	2025-04-11	14:22	公開	21	...
☐	S3E2		過敏解放～便利的地下鐵迷宮？神聖的神前婚禮！絕對...	2025-04-11	40:22	公開	40	...
☐	S3E1		美食沙漠生存法則	2025-04-11	16:27	公開	32	

（四）前測與後測的問卷

臺藝大「網路傳播與行銷」課程前測問卷

親愛的同學，您好：

本次問卷目的在瞭解同學於113學年度參與「網路傳播與行銷」課程的「學習起點」，請您就迄今的學習經驗與實踐填寫以下這份問卷，您的回饋將能協助未來相關課程模組研發的參考，以利增進教學成效。本問卷專為教學單位瞭解意見反饋進行相關研究使用，不會影響學習成績，也不會公布您個人的隱私資料，請安心填寫。

black3336@gmail.com [切換帳戶](#)



* 表示必填問題

電子郵件 *

你的電子郵件

一、基本資料

學號 *

您的回答

班級 *

您的回答



性別 *

- ☐ 男
- ☐ 女
- ☐ 其他



二、勾選題

*

請同學就以下敘述的同意程度回答：

	非常認同	認同	普通	不認同	非常不認同
我有追蹤至少一個自媒體經營帳號/社群/名人	☐	☐	☐	☐	☐
我有接觸過社群經營領域的親身經驗（例如：社群小編、社群行銷、短影音行銷等）	☐	☐	☐	☐	☐
我知道社群經營與行銷的工作是相關的	☐	☐	☐	☐	☐
我知道科技的進展會影響社群行銷領域相關的工作	☐	☐	☐	☐	☐
我瞭解經過策略與未經過策略的社群經營效果之差異	☐	☐	☐	☐	☐
我能察覺日常生活中的社群經營與行銷溝通	☐	☐	☐	☐	☐
我能觀察與分析不同社群媒體的設計與經營策略	☐	☐	☐	☐	☐
我能以不同媒材方式進行有效溝通，如文字、平面、影	☐	☐	☐	☐	☐



字、圖片、影像等

我能理解社群經營的意圖

☐☐☐☐☐

我瞭解不同社群媒體的設計與策略，會影響傳播的有效程度。

☐☐☐☐☐

我瞭解社群經營與行銷能夠展現在地文化

☐☐☐☐☐

我理解國際趨勢會影響社群經營策略設計與溝通

☐☐☐☐☐

學習傳達設計、美學與創意構思的專業知能，有助於理解生活中社群溝通的元素

☐☐☐☐☐

未來我會選修網路傳播與行銷領域的相關課程

☐☐☐☐☐

我未來可能會想從事社群行銷領域相關的工作

☐☐☐☐☐

三、簡答題



(一) 我對網路傳播與行銷的理解是... (覺得網路傳播或者社群經營應該是學什麼?) *

您的回答

(二) 我希望透過參與課程獲得什麼能力... (可複選) *

- ☐ 觀察分析
- ☐ 文字撰寫
- ☐ 圖像表達
- ☐ 創新思考
- ☐ 人際互動
- ☐ 數據分析
- ☐ 專案企劃與執行
- ☐ 其他：

(三) 我未來理想的職業或職涯方向是... *

您的回答

提交

清除表單

請勿利用 Google 表單送出密碼。

Google 並未認可或建立這項內容。 - [聯絡表單擁有者](#) - [服務條款](#) - [隱私權政策](#)

這份表單很可疑嗎? [報告](#)

Google 表單



[← 預覽模式](#)[✔ 已發布](#)[↻ 複製作答者連結](#)

113臺藝大「網路傳播與行銷」課程後測問卷

親愛的同學，您好：

本次問卷目的在瞭解113學年度「網路傳播與行銷」課程的「學習歷程與教學成效」，請您就迄今的學習經驗與實踐填寫以下這份問卷，您的回饋將能協助未來相關課程模組研發的參考，以利增進教學成效。本問卷專為教學單位瞭解意見反饋進行相關研究使用，不會影響學習成績，也不會公布您個人的隱私資料，請安心填寫。

* 表示必填問題

電子郵件 *

你的電子郵件

一、基本資料

學號 *

您的回答



← 預覽模式

✓ 已發布

↗ 複製作答者連結

您的回答

性別 *

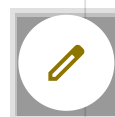
- ☐ 男
- ☐ 女
- ☐ 其他：



[← 預覽模式](#)[✔ 已發布](#)[↗ 複製作答者連結](#)

請同學就以下敘述的同意程度回答：

	非常認同	認同	普通	不認同	非常不認同
我有追蹤至少一個自媒體經營帳號/社群/名人	☐	☐	☐	☐	☐
我有接觸過社群經營領域的親身經驗（例如：社群小編、社群行銷、短影音行銷等）	☐	☐	☐	☐	☐
我知道社群經營與行銷的工作是相關的	☐	☐	☐	☐	☐
我知道科技的進展會影響社群行銷領域相關的工作	☐	☐	☐	☐	☐
我瞭解經過策略與未經過策略的社群經營效果之差異	☐	☐	☐	☐	☐
我能察覺日常生活中的社群經營與行銷溝通	☐	☐	☐	☐	☐
我能觀察與分析不同社群媒體的設計與經營策略	☐	☐	☐	☐	☐
我能以不同媒材方式進行有效溝通，如文	☐	☐	☐	☐	☐



[← 預覽模式](#)[✔ 已發布](#)[↗ 複製作答者連結](#)

我能理解社群

經營的意圖

☐☐☐☐☐

我瞭解不同社群媒體的設計與策略，會影響傳播的有效程度。

☐☐☐☐☐

我瞭解社群經營與行銷能夠展現在地文化

☐☐☐☐☐

我理解國際趨勢會影響社群經營策略設計與溝通

☐☐☐☐☐

學習傳達設計、美學與創意構思的專業知能，有助於理解生活中社群溝通的元素

☐☐☐☐☐

未來我會選修網路傳播與行銷領域的相關課程

☐☐☐☐☐

我未來可能會想從事社群行銷領域相關的工作

☐☐☐☐☐

我覺得課程有助提升未來選課或職涯規劃

☐☐☐☐☐

三、簡答題



[← 預覽模式](#)[✔ 已發布](#)[↗ 複製作答者連結](#)

- ☐ 觀察分析
- ☐ 文字撰寫
- ☐ 圖像表達
- ☐ 創新思考
- ☐ 人際互動
- ☐ 數據分析
- ☐ 專案企劃與執行
- ☐ 其他：

(二) 我對這門課程想提供的建議是... *

您的回答

提交

清除表單

請勿利用 Google 表單送出密碼。

Google 並未認可或建立這項內容。 - [聯絡表單擁有者](#) - [服務條款](#) - [隱私權政策](#)

這份表單很可疑嗎？ [報告](#)

Google 表單

