

東南科技大學高教深耕計畫活動成果表

分項編號/推動工作名稱：D-1-1-5 商品化推動商品化技巧研習會

活動名稱	商品化技巧研習會		
活動負責人	楊靖宇研發長	辦理單位	研究發展處技術服務組
活動地點	志平樓 805 教室	活動總人數	83 人

活動目的

讓學生了解何謂「商品化」？「商品化」是指原本不屬於買賣流通和通過貨幣實行交換的事物，在市場經濟條件下已經轉化或變異為可以進行買賣和貨幣等價交換。

任何產品要轉變成商品，必然有其標準的程式，商品的目的也很明確，即是獲利。當產品背負了商業價值的責任後，它就進入了一個無法掙脫的商業體系運作模式，並且產生了幾個必然的現象。

活動執行情形

一、活動內容（流程表，可自行設計，增加欄位）

日期	時間	活動內容
108/11/28 (星期四)	13:00~13:30	報到入場
	13:30~13:40	楊靖宇研發長致詞
	13:40~14:50	講師：翔名國際有限公司 陳昌宏總經理 題目：創意變黃金!!! 你該知道的商品化密技
	14:50~15:00	休息
	15:00~16:10	講師：翔名國際有限公司 陳昌宏總經理 題目：創意變黃金!!! 你該知道的商品化密技

二、參加人數：

教師 2 人（男性 2 人）、工作人員 3 人（女性 3 人）、學生 78 人（男性 37 人、女性 41 人）。

三、執行概況：

陳總經理一開場就說“主動”創造市場的空白處，舉例：賈伯斯接受《商業週刊》專訪時說：「我們有很多客戶，也做了很多研究，但是很難靠焦點團體來設計產品。很多時候人們不知道自己想要甚麼，除非你秀給他們看。你必須觀察他們，找出他們想要的東西。若是我請教只用過計算機的顧客 Mac 電腦該長甚麼樣子，他們絕對沒有辦法告訴我。」另外商品化分為 5 大邏輯，5 大邏輯如下：

1. 市場導向：以消費者需求為考量的生產計劃，以獲利價值為考量的企業目標。
2. 成本效益：降低成本以增加利潤的產品規劃，量比質更重要的生產模式。
3. 廣告行銷：產品的包裝與行銷企劃的配合，是一個產品能不能賣座的關鍵因素。產品本身已不再是消費者唯一考慮的因素，甚至許多消費行為的重點不在產品本身，而在廣告行銷成功的刺激了購買欲。
4. 業績掛帥：當產品上市後，業績決定了這項產品在市場的存活時間。

5. 劣幣驅逐良幣：當產品的價值是由消費者需求、行銷成敗與利潤三方來決定，而不是由產品本身的好壞來決定時，這個市場能夠提供的期待便非常有限。

同時也說了商品化的優缺點；優點：商品化讓人類的社會生產與分工進一步細化，提高了生產效率，增加了社會總福利。缺點：並非任何產品都適合商品化，對不適合商品化的產品如果強行商品化，會產生兩種結果，要麼對社會造成傷害，或者是被完全拋棄。

四、具體成效：

教師及學生參與商品化技巧研習會後，就問卷的滿意度而言都相當高，學生回饋表透過講座了解許多產品開發及市場知識，幫助他們更了產品的行銷方法要多方面的思考。

五、未來展望：

藉由陳總經理的分享可以多加提供學生對商品化及產品行銷的知識，在行銷過程中需注意的事項。

活動照片（至少 8 張）



照片 1 說明：研發長致詞及介紹陳昌宏總經理



照片 2 說明：講師講述有關產品開發的重要性



照片 3 說明：參與老師及學生專注聽講



照片 4 說明：參與老師及學生專注聽講



照片 5 說明：參與老師及學生專注聽講



照片 6 說明：參與老師及學生專注聽講



照片 7 說明：講師與學生 Q&A 時間



照片 8 說明：講師與學生 Q&A 時間

活動問卷回饋統計 (請統計活動意見回饋表後，填入百分比)

題目 (問卷題目 10 題以內) (請參考公版問卷格式，自行設計為符合您所辦理活動之題目) 請依題目數自行刪減下列欄位數		<u>滿意度量表統計 (%)</u>				
		(5)=非常同意，(4)=同意，(3)=普通，(2)=不同意，(1)=非常不同意				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
一	我覺得參加這項活動有助於					
1	認識產品開發經營自我品牌了解	51.43%	35.71%	11.43%	1.43%	0.00%
2	對於產品商品化整體感受度	48.57%	28.57%	21.43%	1.43%	0.00%
3	對於商品化規劃性	51.43%	35.71%	11.43%	0.00%	0.00%
4	對於商品化商標進步的了解	48.57%	34.29%	15.71%	0.00%	0.00%
5	產品在未來市場開發性、設計性，增加趨勢提升力	47.14%	34.29%	18.57%	0.00%	0.00%
二	整體來說，對本次活動的感受					
1	活動主題淺顯易懂，能輕鬆的學習	48.57%	34.29%	15.71%	1.43%	0.00%
2	講師講解清楚，深入淺出生動有趣	51.43%	38.57%	10.00%	0.00%	0.00%
3	整題而言，我滿意此次的講座	51.43%	31.43%	15.71%	0.00%	1.43%
4	我下此還會參加類似活動	37.14%	34.29%	25.71%	1.43%	1.43%

自我評價

一、優點：

- (1) 內容豐富
- (2) 課堂互動多，例子有趣生動。舉一反三，多方面了解
- (3) 許多能舉一反三的舉例，而且容易了解，喜歡他的講解，舉例項目的比較和幽默的描述方式
- (4) 舉例淺顯易懂
- (5) 講解清楚
- (6) 講解生動讓人容易理解
- (7) 口語清晰，條理分明
- (8) 演講很有趣
- (9) 棒
- (10) 非常有趣動聽
- (11) 更清楚產品開發及市場
- (12) 策略分析講得很好
- (13) 了解市場的起向，找到商品的痛點
- (14) 很有參考性，學得滿多的
- (15) 重點清楚，有學到新知識
- (16) 口條清晰、音量大聲、內容易懂
- (17) 舉例簡單易懂
- (18) 講師說得非常有趣動聽，可惜因時間不足而不能多聽一些
- (19) 講解得非常明瞭
- (20) 許多舉例分析
- (21) 例子很多
- (22) 聲音特別

二、待改進之處：

- (1) 總結處應多加強調，加強同學們的印象及課程目的
- (2) 需要更多的例子
- (3) 麥克風有點大聲
- (4) 時間太緊迫?
- (5) PPT 的圖可以再清楚點
- (6) 步調可在快點
- (7) 在商品化的過程討論遇到的問題能再詳細點
- (8) 內容有點淺，可以再深入分析

三、與原訂計畫之落差：

無

經費使用情形(併隨經費核銷使用)

經費項目 (自行增列)	用途說明	核銷金額(元)	款項支付對象
鐘點費	講師鐘點費	6,000	陳昌宏講師

印刷費	講義、問卷資料	500	廠商-漢興書局
印刷費	A0 海報	540	周怡君
合計		7,040	

成果報告附件（請檢核並勾選，並以迴紋針夾附於本報告後面一併檢送）

繳件人 檢核	管考窗 口檢核	檢核項目
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. 檢附活動簽呈_已核可之簽呈正本，活動規劃與核銷之佐證。
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. 檢附單據_鐘點費個人領據、業務費收據或發票。 發票或收據是否已詳列品項、單價、數量及主辦人簽章。
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. 檢附簽到表_須正本，活動執行與核銷之佐證。
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. 檢附印刷佐證(紙本或電子檔)_教材講義或文宣海報、傳單等乙份。
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	5. 檢附報價單_業務費超過 10000 元請附 1 張報價單，20000 元以上請附 2 張報價單。
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	6. 檢附工讀生簽到表_工讀生簽到、身分證及學生證影本。
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	7. 檢附教材光碟_計畫書有列錄製實務教材者需附上。
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	8. 其他：_____

※注意事項：

1. 所載之活動名稱務必與計畫書活動名稱一致。
2. 為建立計畫執行成果呈現，成果報告請詳盡填寫。
3. 成果報告電子檔請務必傳送給管考助理。

承辦單位	管考單位
主辦人：	管考助理： 教資中心（總管考） 組長： 主任：
單位主管：	核銷結案核章： 請購單編號： 日期： 核銷