

國立東華大學教學卓越中心  
114-1 IDEAS 教學課程計畫成果報告書

計畫主持人：陳麗如 副教授  
單位：國立東華大學 觀光暨休閒遊憩學系

# 目錄

壹、114-1 期末成果報告確認-----	1
貳、執行成果總報告-----	2
參、附件-----	6

**國立東華大學-IDEAS 教學課程計畫  
114-1 執行成果報告書確認表**

課程/學程名稱：觀光休憩消費行為		
授課教師：陳麗如 老師		
服務單位：觀光暨休閒遊憩學系/副教授		
班級人數:67		
勾選	繳交項目	說明內容
<input checked="" type="checkbox"/>	本確認表	請確實填報，以俾利核對
<input checked="" type="checkbox"/>	執行成果總報告表-電子檔 (Word)	字型：標楷體 (中文)； Times New Roman (英文) 行距：單行間距 字體大小：12 號字
<input checked="" type="checkbox"/>	活動記錄表	◎當期程經費支出之活動紀錄，如講座、參訪、期末成發展等 ◎計畫教師參加之 AI 培訓講座

- 繳交期末成果報告時，請確認繳交項目是否齊全
- 本年度所有受補助課程/學程之成果報告，將上述資料匯集成冊(封面、目錄、內容、附件)，做為本期成果報告書
- 若有相關疑問，請與承辦人郭心怡助理聯繫  
(#6591；imyeee@gms.ndhu.edu.tw)

# IDEAS 教學課程計畫-執行成果總報告

## 素養導向/AI 應用課程

### 一、課程內容特色

「觀光休憩消費行為」課程為每週三節次，每節次 50 分鐘，共計 18 週次，修課限修 65 人，屬觀遊系大二的選修課程。教學方式以課堂講授為核心、搭配業師講座、實地踏查、個人反思、課堂小組討論、期末小組報告等設計。每節次中前兩節以課堂講授為主，第三節則進行組內學習單討論與組間分享。課堂學習情境為老師與學生共同建構而成，以增進師生交流、同儕交流、組內與組間學習的機會。

課程教學模式主要分兩大類：第一類是以傳統講授式的教學模式，如老師或業師為主導的週次；第二類是以團隊合作學習(team-based learning, TBL)與專題導向學習(project-based learning, PBL)的教學模式，如小組實地踏查，問題探索、創意發想與期末企劃提案，透過小組組內成員間的思考討論與組間的分交流，完成階段性小組任務與期末企劃提案。分組方式考量性別與系級等因素，由老師進行異質分組，約以 6-7 人一組，共分為 10 組。

本課程帶領學生從生活觀察中連結課程理論概念，透過覺察與反思過程，引導學生在生活情境主動「持續學習」。透過教師異質分組規劃與課堂學習單指定組內角色扮演之設計，提供學生練習「團隊合作」、「溝通表達」與「人際互動」之機會。而期末各組行銷提案之創意發想則欲引領學生團隊嘗試「問題解決」、「創新設計」、「工作責任及紀律」，以及「資訊科技應用」等相關綜合素養之培養。

本次特殊創意規劃以「東大門國際夜市」攤位作為期末企劃提案目標，將「東大門國際夜市」分為五區：福町夜市、各省一條街、原住民一條街、自強夜市一區與二區，每區指定兩組學生進行東大門夜市踏查，觀察該區域的消費者行為與各區特色與最新活動，踏查後於課堂進行分享，並由小組選定該區某一攤位作為期末企劃提案的主要店家，透過訪談店主經營理念、觀察顧客類型，以及親身消費體驗，連結小組所選定的商機趨勢，設定小組欲開發的潛在目標客群，為該店家進行模擬行銷提案，提案內容可以新產品開發/新服務提供/攤鋪環境改善或是攤位形象提升等方向擇一進行，結合觀光休憩消費行為理論與概念，藉由 AI 工具的應用，展示模擬產品/服務/攤位情境或規劃，提供視覺化的呈現，透過各組期末提案分享與評論，將所學落實於實際。

### 二、課程/學程相關學用趨勢分析

「觀光休憩消費行為」課程是以觀光休閒產業為範圍，期能引領學生了解影響消費行為的個體因素、總體因素與購買決策過程，並介紹消費者行為所涵蓋的主要面向與相關理論概念。消費者行為相關理論與概念涉及心理學、人類學、社會學與商管學等概念，且與市場趨勢息息相關，可視為行銷企劃前端的重要核心，也是服務業或產品設計等商業行為中極為重要的環節。一份成功的企劃，必須依循嚴謹的步驟，從分析大環境市場趨勢如政治、經濟、社會與科技等影響(PEST)、盤點企業內部資源以及評估其優勢、劣勢、機會與威脅(SWOT)，到蒐集競爭者資料、設定目標市場與聚焦特定客群，進而蒐集客群需求與行為，才能產出對應目標消費族群之相關企劃設計(曾光華，2025)。而本課程的核心概念，也與系上其他課程如觀光休憩行銷管理、觀光休憩調查方法、資料分析處理、休閒社會心理學、休閒社會學、特殊興趣觀光、休閒活動企畫等課程環環相扣。

### 三、整體活動執行成果效益

主要教學法	課程大綱		學習質/量化成果	對應UCAN能力
	學習主題	執行過程		
TBL	任務一 指定商機趨勢介紹	請各組於指定週次介紹與觀光休憩相關之指定商機趨勢10分鐘。內容包含商機趨勢介紹、實例：相關產品/服務、推薦書籍/雜誌篇章介紹(5年內)、參考資料來源、三題測驗題。測驗題將彙整後，每組抽選1題放在學期考試中，讓學生有機會練習出題。	產出10類商機介紹PPT，每類商機有三題選擇題。讓學生同儕學習並參與學期考試出題。	團隊合作 溝通表達 持續學習
觀摩學習	兩場業師講座	10/20 講座：花蓮東大門夜市的挑戰與展望 講者：花蓮縣觀光處商業管理科/徐竹安科長 11/24 講座：從夜市創新到實體創業/旅遊消費行為中的新商機 講者：東華創新育成中心 吳其璵經理	10/20講座： 29位學生繳交提問 37位學生繳交講座反思  11/24講座： 34位學生繳交提問 44位學生繳交講座反思  以上提問與反思皆彙整後去名上傳e學苑供同儕學習	溝通表達 持續學習 人際互動
TBL/PBL	任務二、三 東大門現地踏查與訪談	兩次小組親赴東大門夜市，進行指定區域觀察整體區域攤位，並完成踏查紀錄表。最終小組選定訪談攤位，進行線上與線下資料收集與分析，並進行階段性課堂分享，發展企劃初步構想	10組各完成兩次踏查記錄表與相關表單。	團隊合作 問題解決 溝通表達 工作責任與紀律 人際互動
TBL/PBL	期末企畫提案	提案內容請學生運用消費者行為理論，針對花蓮東大門夜市的特定攤鋪與目標客群進行企劃提案，以AI工具進行視覺化呈現，如菜單優化、調整服務流程、攤位整體形象設計等，進行期末分享與交流，並納入業師與同儕互評機制。	10組各完成口頭簡報與書面企劃	團隊合作 問題解決 溝通表達 工作責任與紀律 創新 人際互動 資訊科技應用 持續學習

#### 四、多元評量尺規

本課程提供多元評量尺規如下表，個人分數佔比 55%。小組合作分數佔比為 45%，為反應組員實際貢獻，增加組內「同儕互評機制」，參酌調整組員個別分數，學生需進行團隊合作、工作分配、協調統合，以及邏輯思考等多元能力的運用，鼓勵同學發掘自身不同專長與能力。

個人努力分數佔比	55%	小組合作分數佔比	45%
課堂出席	10%	小組討論與分享	20%
個人反思	20%	小組期末報告	20%
學期考試	25%	老師評分：15% (書面與口頭報告)	
		組間互評：5% (僅口頭)	
		組內互評：	5%

\*小組合作分數加入同儕互評機制，根據組員貢獻度作分數調整。

#### 五、學生整體意見與回饋 (整體活動滿意度、文字意見回饋等)

根據 11/24 施測之學生期中教學意見回饋(n=49)，分析結果顯示，學生對教學策略(M=4.2)、教材準備(M=4.3)、師生互動(M=4.5)、評量方法(M=4.5)；學生自我學習評量之創意(M=4.2)、設計(M=4.2)、體驗/探索(M=4.2)、AI(M=4.2)、能力(M=4.2)之五點量表，各構面皆達平均 4.2 以上，顯示絕大多數填答學生對課程教學意見題項的認同。

有關學生喜愛之處：多數提到都喜歡、無意見。其他主要喜歡老師安排踏查、上課方式輕鬆、課程有明確目標、良好的指導與規劃、了解購買行為背後有許多考量。

關於調整與建議，多數質性回饋提到無需調整或是很棒！其他回饋提到踏查讓我們更了解現況，以及小組討論學習單。但未有明確提到調整方向。

關於性別差別待遇，回應皆是沒有，認為老師都是公平對待每位學生。

而期末 1/1~1/5 採用 Zuvio 問答題，開放自願性填答以蒐集學生對整學期課程設計的建議。開放式問題為：這學期課程老師進行多項課堂活動與作業設計，想請問有哪些你認為有助於學習建議保留，或建議如何改進？根據學生期末回饋(1/5)所收集到的質性回饋(n=39)。以下將學生建議與回饋分項列出：

- 課程安排清楚、內容扎實，整體滿意度高 (n=15)
- 小組任務與實地踏查結合理論與實務(n=14)
- 分組討論促進交流與企劃發想(n=3)
- 業師講座具實務啟發，建議持續辦理

操作調整建議：

- 踏查時間安排規劃(考量天氣、人潮與共同時間)
- 學習單指引更明確、提供繳交彈性
- 期末報告提早說明、保留課堂討論時間

#### 六、檢討與建議

整體課程操作順暢，學生給予正向回饋肯定，尤其喜愛創意設計赴東大門夜市踏查。但因由小組課後共同踏查，加上 2025 年 10-11 月份較多颱風或雨天，學生赴夜市踏查時間安排與當天夜市人潮較難

掌控。此外，課程協助學生投保旅行平安保險需有較長的前置作業時間，因此在保險安排上比較不容易，加上兩次踏查多有小組確定好時間，但事後需要調整踏查時間，教師與助教需要密切與保險專員配合調整，導致作業上有較多困難。未來將於課堂討論並確認踏查時間，較能事前處理保險事宜，若調整也還有時間。另外也可考慮安排一天全班赴夜市踏查的模式作調整。

根據學生建議，未來開學第一個月後即可說明期末報告整體規劃，讓學生對期末報告有整體輪廓。此外，課堂學習單部分小組反映需要更多的時間討論，未來提供彈性繳交時間(如隔天繳交)。

當前困難/問題	未來改善/精進
整體來說，無太大困難。只是課堂時間緊湊，無法增加時間教授或介紹 AI 相關工具。	建議教卓可以整合 AI 相關課程影音檔，方便學生自主上網學習，以減輕教師課程額外安排 AI 工具教學的時間。

### 活動紀錄表

活動主題	業師講座：花蓮東大門夜市的挑戰與展望
活動日期	2025 年 10 月 20 日
活動地點	管理學院 B111 教室
演講者	花蓮縣觀光處商業管理科徐竹安 科長
參與人數	60 人
活動內容	<p>● 活動或講座進行方式與內容</p> <p>配合小組第一次前往東大門夜市踏查規劃，於踏查前邀請東大門夜市的主管單位：花蓮縣觀光處商業管理科 徐科長來分享東大門夜市的歷史沿革、現況發展與面臨的挑戰。讓學生對東大門夜市有基本概念。</p> <p>講座內容摘要：</p> <p>花蓮東大門夜市整合花蓮多處夜市後，由縣府與四大自治組織共同管理，多年來持續努力，2025 年榮獲五星金賞夜市。園區具備領先全台的硬體設施，如垃圾冷藏櫃（有效防異味與鼠患）、AI 人流監測系統，以及設有空調的全齡友善哺乳室與無障礙廁所。管理單位嚴格落實食安溯源與減塑政策，推動禁用一次性餐具，並全面普及多元支付，覆蓋率高達九成。</p> <p>花蓮東大門夜市雖然具備完善的硬體與管理，但在當前經營環境下仍面臨以下主要挑戰：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 消費型態轉變與競爭：隨著外送平台興起，民眾的消費習慣發生改變，且夜市面臨各類新興主題市集的競爭壓力。</li> <li>● 消費轉化率低：出現「打卡大於消費」的現象，雖然園區內人潮眾多，但不一定能直接轉化為攤商的實際營收。</li> <li>● 食安意識與傳統印象：現代消費者食安意識抬頭，夜市需在維持傳統特色與符合現代衛生標準之間取得平衡。</li> <li>● 攤商人力老化：既有攤商面臨人力老化問題，亟需導入創新行銷與數位轉型思維來吸引年輕客群並提升經營效率。</li> </ul> <p>面對消費型態轉變及主題市集競爭，夜市積極進行數位轉型，透過「夜市王」品牌競賽、網紅行銷及主題式招商，吸引優質青創攤商進駐。東大門夜市正處於需要從「量」的擴張轉向「質」的提升，透過數位轉型與品牌行銷來應對環境變遷。未來目標是結合原住民文化與地方創生，將夜市轉型為具備文化深度與情感連結的國際觀光典範。</p>

活動回饋  
與  
成效

● 意見與回饋

講座前設計學生提問：

課前準備：請瀏覽搜尋東大門夜市官網、FB 等相關資訊+回想個人東大門夜市經驗

每人請提出一個具體的提問，並將提問內容分享在 Zuvio 系統，老師會於講座前提供講師參考。

共收集 29 位學生提問，擷取部分內容如下：

7	請問當時是什麼契機讓政府會想要把這些夜市集合起來，打造成國際觀光夜市？在請這些店家過來的時候，政府是怎麼說服店家的，如果他們不願意要怎麼辦？有令您印象深刻的案例嗎？
8	東大門夜市在花蓮觀光中屬於必訪景點，但也因此被批評「太觀光化」。請問認為夜市該如何在「觀光導向」與「地方生活感」之間取得平衡，讓外地遊客感受真實的花蓮文化？
9	我覺得東大門夜市的分區有點太刻意，像有些區整排都是遊戲攤位、人流比較少，而像地瓜球這類受歡迎的攤位卻分散又難找；又或是在認為不會出現某種食物的區域裡面卻混入了其他東西，很奇怪。想請問觀光處在未來的規劃上，會不會考慮重新調整攤位分布，讓遊客動線更順、體驗更平均？
10	地方政府或觀光單位有提供什麼資源協助夜市發展嗎？
11	面對觀光人潮季節性波動與競爭夜市增多的挑戰，花蓮東大門夜市未來可以如何透過創新行銷或在地特色強化，來提升整體吸引力與永續發展？

講座後請學生提供講座反思並連結課程相關概念，共收集 37 位學生反思

反思內容：請連結講座+兩次 ZUVIO 個人觀察與反思所提供給你的想法與課堂所學的理论應用，加深你對觀光休憩消費行為的理解。

ID	回答
1	今日由科長來為我們介紹東大門夜市平時我們看不到的一面，包含了內部組織、相關單位、以及公家機關為東大門所做的努力。其中讓我特別有印象、且在其他夜市較少看到的就是「固定攤位規劃」這件事。在我第一次踏進東大門夜市時就有發現它是由非常多條不同主題的街所拼湊成的，且每一條街都相當寬敞，攤販們也因為規劃的緣故排的非常整齊，重點是！街上不會隨處見到散落的垃圾，我想這就已經贏過台灣非常多的夜市了。像上一份夜市觀察任務，我是選擇了台北的臨江街夜市，他就是完完全全展現了台灣夜市的經典代表，各個攤位都在努力讓客人看見他們，沒有特別規劃的攤位圖，導致大家有地方就擺，且是在一條商店街中，再加上攤位們的卡位，走起路來真的是相當困難，加上只有頭尾兩端有垃圾桶，對於貪圖方便的人來說，他們就會隨處亂丟垃圾。我想這些就是東大門很大的優勢，雖然他地點沒有其他夜市這麼好，攤位可能也沒有其他夜市這麼有吸引力，但我相信只要找出東大門真正的優勢，也能為花蓮帶來很大的經濟效益。
2	這次講座讓我更深入了解東大門夜市的內部運作與公部門的努力。最讓我印象深刻的是，為了迎接國際觀光客，政府協助攤商進修英文，甚至提供英文字卡，方便與外國遊客溝通，展現了服務品質管理與體驗行銷的概念。此外，「夜市王」的評選制度不僅提升了攤商的競爭力與品牌形象，也使政府更重視夜市的整體發展。講師也回答了我的提問，提到東大門夜市屬於觀光導向型夜市，主要客群是外地旅客，因此難以兼顧在地文化的深度。回想我先前的夜市觀察，如熱門攤位出現排隊現象，正體現了「口碑行銷效應」與「消費者決策歷程」中的資訊搜尋行為。整體而言，講座與觀察讓我更理解觀光夜市在行銷、政策與文化平衡間的挑戰與可能的發展方向。

設計提問與反思有助於促進講者與學生的互動，也讓學生仔細聆聽講者分享並連結個人觀察與經驗，加深課堂學習成效。

活動剪影(請檢附一至二張活動照片，並予以簡述)



致送感謝狀與紀念品



科長回應學生提問

## 活動紀錄表

活動主題	業師講座：從夜市創新到實體創業~旅遊消費行為中的新商機
活動日期	2025 年 11 月 24 日
活動地點	管理學院 B111 教室
演講者	吳其聰經理/國立東華大學創新育成中心
參與人數	59 人
活動內容	<p>● 活動或講座進行方式與內容</p> <p>配合小組第二次前往東大門夜市踏查所選定的攤商、觀察顧客行為以及訪談攤主，邀請育成中心吳經理來分享近年來審查市場夜市攤鋪以及輔導商家創業相關經驗。</p> <p>面對傳統市場因經營型態過時、購物環境不佳，導致四年內全台減損超過 15% 的困境，吳經理強調「轉型」是永續經營的關鍵。</p> <p>轉型實務與政府資源：講座詳細介紹了政府輔導資源，如經濟部的「傳統市集美學升級」，補助金額最高可達 200 萬元。透過「洪家製麵」案例，展示如何藉由視覺設計（簡約商標）、專業職人服裝、燈光工程（變焦型白黃光搭配）與木質陳列盛器，成功擺脫傳統市場窠臼，提升品牌質感。其他如「阿香の菜鋪」透過高低層次陳列改善，成功吸引年輕客群並提升三成業績。</p> <p>核心策略：服務設計藍圖 除了硬體改良，講座引導學員運用「服務設計藍圖」，從消費者的視角（注意、入店、點餐到結帳分享）優化每一個接觸點。透過前、後場員工的協作，將無形的感受轉化為系統化的體驗設計，創造「感動服務」。</p> <p>實體創業的評估與經營： 進入實體創業階段，必須落實商圈立地分析與競爭店調查。吳經理分享財務評估要點：房租支出宜占總營收 5%-10% 以維持獲利。最後透過「黑金通」轉型為活動空間與「九日良田」融入在地故事的案例，說明品牌成功的關鍵在於資源整合、明確場域定位與持續的優化創新。</p>

活動回饋  
與  
成效

● 意見與回饋

講座前設計學生提問：

課前準備：請聚焦選定的攤鋪業種，瀏覽相關夜市、市場攤商創業相關報導+踏查觀察。每人請提出一個具體的提問，並將提問內容分享在 Zuvio 系統，老師會於講座前提供講師參考。

共收集 34 位學生提問，擷取部分內容如下：

ID	學生好奇與提問
1	夜市攤鋪的哪種非產品創新（如：行銷手法、數位工具應用等）最能有效提升其業績？
2	現在夜市很多攤位都賣同類型商品，像是地瓜球或炸物。想請問如果要做同類型的攤位，最重要的差異化方式是什麼？
3	小型夜市攤商如何建立品牌形象，使遊客願意專程前往？
4	講師認為在夜市這種快節奏場域，什麼策略最能兼顧品質與效率，並且有助於未來往實體店面發展？
5	夜市中有那些「未被滿足」但有創業機會的需求？
6	你覺得現在的旅客到夜市時，最容易被什麼樣的產品或體驗吸引？
7	首都碳烤攤位，如果未來導入線上接單，會不會增加收入？還是反而增加工作壓力、造成現場與線上衝突？
8	很多傳統夜市攤位都有自己的特色，但不一定會思考「品牌」或「定位」。您覺得夜市創業者要做到什麼程度，才算真正「建立自己的風格」？
9	請問夜市的食安問題會用什麼方式監督或是管理

講座後請學生提供講座反思並連結課程相關概念，共收集 44 位學生反思

3	這次講座以「夜市與傳統市場的店面轉型」為主題，讓我重新思考環境與消費行為之間的關係。傳統市場過去給人的印象多半是潮濕、昏暗，空氣中混雜著海鮮、肉品與熟食的味道，雖然食物好吃，但衛生感受較弱。而夜市的攤位則普遍明亮、色彩鮮豔，即使人潮眾多，仍讓人願意停下腳步購買。因此在聽到講者分享市場轉型的案例時，我確實能感受到「環境變乾淨、變明亮」帶來的正面效果，讓人走進去的心理負擔更小，也讓整體購買體驗變得舒服許多。不過我也發現，當店鋪重新裝修得很新、很漂亮時，我會下意識覺得價格可能變貴，反而會在門口猶豫，這種矛盾的心情讓我更能理解課堂上談到的「消費者風險知覺」。整體來說，這場講座讓我更理解環境改變不只是提升外觀，也會直接影響消費者的心理與行為。
4	在聽了今日的演講後，我才意識到其實生活周遭有許多傳統市場，但有一些市場已經面臨倒閉，原因有像是過於老舊無法跟上時代轉型、行銷不足、購物環境不佳、攤商無人繼承等，雖然有些可惜，但我認為傳統市場不能消失，因為這已經成為台灣的一種文化了，至於解決方法也擺在眼前，就是要有資金更新設備及做簡單的裝潢，這時候政府的計畫與經費補助就很重要了，或多或少幫助攤商們能轉型，也要讓所有攤販共同維護環境及品質，這樣才能擺脫傳統市場髒亂的既定印象，夜市其實

活動剪影(請檢附一至二張活動照片，並予以簡述)



致送感謝狀與紀念品



講師介紹相關案例

附件三

活動紀錄表

活動主題	企劃設計建議與分享 I																		
活動日期	2025 年 12 月 22 日																		
活動地點	管理學院 B111 教室																		
演講者	吳其聰經理/國立東華大學創新育成中心																		
參與人數	61 人																		
活動內容	<p>本次邀請吳經理到場聆聽五組學生期末企劃發表，請給予提問與建議。每組學生報告 12 分鐘，現場同儕、業師與教師給予提問與建議，讓報告學生練習回應現場提問約 5-10 分鐘。以下為當天報告小組標題與攤商名稱。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>報告</th> <th>企劃標題</th> <th>攤舖</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>海島夜宴</td> <td>高大俠海鮮燒烤bar</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>包傻的</td> <td>傻師傅湯包</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>用甜點留住妳的心</td> <td>留點甜 stay sweet</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>滷滷味味全面升級套餐</td> <td>尚品滷滷味味</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>來財~吧!</td> <td>蔣家棺材板</td> </tr> </tbody> </table> <p>口頭報告評分標準：滿分 10 分            期末分數佔比：老師 5%、業師 5%、同儕+助教 5%            尺規分數參考：優：8.5-9.5；佳：7.5-8.4；            可：6.5-7.4；亟需努力：6.5 以下。</p> <p>尺規內容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 企畫內容 (50%)：企劃結構邏輯清楚完整，主題聚焦特定消費族群，內容具創意，並有提供實地觀察與相關資訊支持，呼應花蓮現況與情境，有助於提升該攤舖吸引力並有實務可行性。</li> <li>● 報告方式 (30%)：口頭報告表達流暢，簡報設計專業清晰，報告吸引觀眾注意，整體時間掌握得宜。</li> <li>● Q&amp;A (20%)：感受團隊合作精神，回應內容整合小組意見。有效聆聽提問並進行有禮的互動與回應。</li> </ul>	報告	企劃標題	攤舖	5	海島夜宴	高大俠海鮮燒烤bar	8	包傻的	傻師傅湯包	6	用甜點留住妳的心	留點甜 stay sweet	1	滷滷味味全面升級套餐	尚品滷滷味味	10	來財~吧!	蔣家棺材板
報告	企劃標題	攤舖																	
5	海島夜宴	高大俠海鮮燒烤bar																	
8	包傻的	傻師傅湯包																	
6	用甜點留住妳的心	留點甜 stay sweet																	
1	滷滷味味全面升級套餐	尚品滷滷味味																	
10	來財~吧!	蔣家棺材板																	

活動回饋  
與  
成效

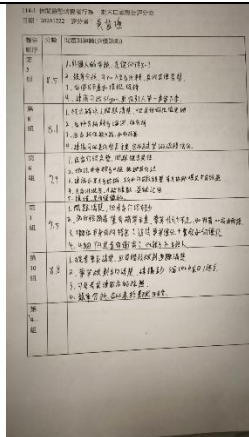
● 意見與回饋

當天回饋內容由助教進行彙整去名後提供各組參考修正期末報告書面資料。課程要求學生期末報告書面電子檔須融入建議改進內容，並用灰底標註。活動設計透過同儕、業師與教師提問與建議，讓學生有多元學習。

以下節錄第 10 組部分同儕、業師與教師回饋與建議。

35	選擇棺材板勇氣可嘉 要突破傳統美食的框架實屬不易 非常厲害
36	提案重點清楚 且有階段規劃 步驟清楚 菜單規劃方向清楚 建議至少三國(ex.中英日)語言 可參考其建國店的樣態 競爭分析 應以表格呈現比較
37	優點：產業分析與各類需求分析 good, PPT 有提供企劃示意圖 good! 建議：建議比較台南與花蓮官財板的差異。企劃目的與企劃設計之間有互相對應，例如企劃攤鋪設計的顏色、氛圍營造的目的、湯品內容與提供的目的應多加說明。報告者建議視線對應觀眾、PPT 有錯字(版應為板)
38	留意是官財「版」還是「板」 店家名跟簡報不一致 還是有其他考量? 報告時間掌握佳 簡報設計精美 有相關示意圖及現況 企劃目的跟實際作為 還有主題上 是否真的能解決問題

活動剪影(請檢附一至二張活動照片，並予以簡述)



業師評論內容

附件四

活動紀錄表

活動主題	企劃設計建議與分享 II																			
活動日期	2025 年 12 月 29 日																			
活動地點	管理學院 B111 教室																			
演講者	吳其聰經理/國立東華大學創新育成中心																			
參與人數	57 人																			
活動內容	<p>本次邀請吳經理到場聆聽五組學生期末企劃發表，請給予提問與建議。每組學生報告 12 分鐘，現場同儕、業師與教師給予提問與建議，讓報告學生練習回應現場提問 5-10 分鐘。以下為當天報告小組標題與攤商名稱。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>報告</th> <th>企劃標題</th> <th>攤舖</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7</td> <td>首都烤歐巴</td> <td>首都炭烤</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>巴西扁肚變飽肚</td> <td>肚肚扁巴西餡餅</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>一筒剛剛好</td> <td>原香都論竹筒飯</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>炸裂蔥油餅</td> <td>吉香炸彈蔥油餅</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>已購買小孩愛吃</td> <td>蠶烤海鮮燒烤料理</td> </tr> </tbody> </table> <p>口頭報告評分標準：滿分 10 分            期末分數佔比：老師 5%、業師 5%、同儕+助教 5%            尺規分數參考：優：8.5-9.5；佳：7.5-8.4；            可：6.5-7.4；亟需努力：6.5 以下。</p> <p>尺規內容：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 企畫內容 (50%)：企劃結構邏輯清楚完整，主題聚焦特定消費族群，內容具創意，並有提供實地觀察與相關資訊支持，呼應花蓮現況與情境，有助於提升該攤舖吸引力並有實務可行性。</li> <li>● 報告方式 (30%)：口頭報告表達流暢，簡報設計專業清晰，報告吸引觀眾注意，整體時間掌握得宜。</li> <li>● Q&amp;A (20%)：感受團隊合作精神，回應內容整合小組意見。有效聆聽提問並進行有禮的互動與回應。</li> </ul>		報告	企劃標題	攤舖	7	首都烤歐巴	首都炭烤	3	巴西扁肚變飽肚	肚肚扁巴西餡餅	9	一筒剛剛好	原香都論竹筒飯	4	炸裂蔥油餅	吉香炸彈蔥油餅	2	已購買小孩愛吃	蠶烤海鮮燒烤料理
報告	企劃標題	攤舖																		
7	首都烤歐巴	首都炭烤																		
3	巴西扁肚變飽肚	肚肚扁巴西餡餅																		
9	一筒剛剛好	原香都論竹筒飯																		
4	炸裂蔥油餅	吉香炸彈蔥油餅																		
2	已購買小孩愛吃	蠶烤海鮮燒烤料理																		

活動回饋  
與  
成效

● 意見與回饋

當天回饋內容由助教進行彙整去名後提供各組參考修正期末報告書面資料。課程要求學生期末報告書面電子檔須融入建議改進內容，並用灰底標註。活動設計透過同儕、業師與教師提問與建議，讓學生有多元學習。

以下節錄第 7 組部分同儕、業師與教師回饋與建議。

35	整體還不錯。
36	1、有提到台灣人特別的記憶點，請問是甚麼？ 2、科技的導入是機會也是威脅，有提到線上點餐，但為何會提到可見一 VR 地圖？ 3、建議未來可以將問題先分類並量化，例如品項數量、備餐平均時間、衛生環境 4、建議菜單應該有圖片可以對照，並在菜單上加入推薦商品 5、前段的分析小結，建議可以條列跟分類
37	優點： PPT 字體清楚，並提供了紙本 PPT good! 套餐以「盲盒」形式呈現蠻有創意。 建議： 1. 報告一開始可以先介紹首都炭烤（店家）的背景、現況、樣貌，以及主打特色（多加照片提供視覺輔助）。 2. 目標客群： 應與 韓國飲食文化進行連結。 3. 小結文字應精簡。 4. 建議加上紙盒設計、加上調味醬內容物、菜單建議增加圖片、花蓮在地特色食材標註等，具吸引力的文字說明。 5. KPOP 元素的說明？
38	在介紹現場狀況的環節，建議可以附上實際考察的圖 小結的部分，可以考慮排版簡報或精簡內容，以凸顯重點 報告者的口頭說明順序，有時候會跟簡報呈現的有些出入，容易混淆 計劃目的大標題內，觀光振興跟鎖定客群似乎比較不符合 方案構思中的盲盒套餐相當有意思

活動剪影(請檢附一至二張活動照片，並予以簡述)

4:50

< 吳其聰 企業輔導專家 >

第七組-8.1

1、有提到台灣人特別的記憶點，請問是甚麼？

2、科技的導入是機會也是威脅，有提到線上點餐，但為何會提到可見一VR地圖？

3、建議未來可以將問題先分類並量化，例如品項數量、備餐平均時間、衛生環境

4、建議菜單應該有圖片可以對照，並在菜單上加入推薦商品

5、前段的分析小結，建議可以條列跟分類

第三組-8.5

1、提案報告過程很活潑生動

2、提案主題明確，也很切入重點

3、對於行銷操作，除了活動，建議應該有其他可以引流或導流，或

業師部分評論內容

## AI 培訓講座證明

