

106年度中高階人員研習班第4組專題報告

# 師培龍頭再躍昇 創新翻轉新師大

**I** 的無限大  
主題：創意思考



# 報告大綱

一、問題分析

二、欲達目標

三、翻轉方法

四、結語



I 的無限大

# I無限形象改造公司 成員簡介



金牌課程達人  
**陳淑君**  
專長：  
沒有教不會的學生  
只有不會教的老師



首席企業紅娘  
**陳明潔**  
專長：  
媒合企業與學術  
專長平台



I無限專案經理  
**高筱雯**  
專長：  
整合菁英團隊，  
化腐朽為神奇。

# I無限形象改造公司 成員簡介



鑽石級公關大師  
**吳佳蓉**  
專長：  
將品牌形象送達  
人心的推手



無敵空間魔法師  
**耿道揚**  
專長：  
讓空間環境整個  
活起來



宇宙最強精算盤  
**丁宜芬**  
專長：  
風險管理，財務分  
析，包省包賺。





## 改造前的「獅大」

保守、傳統、擇善固執

多才多藝、知書達理

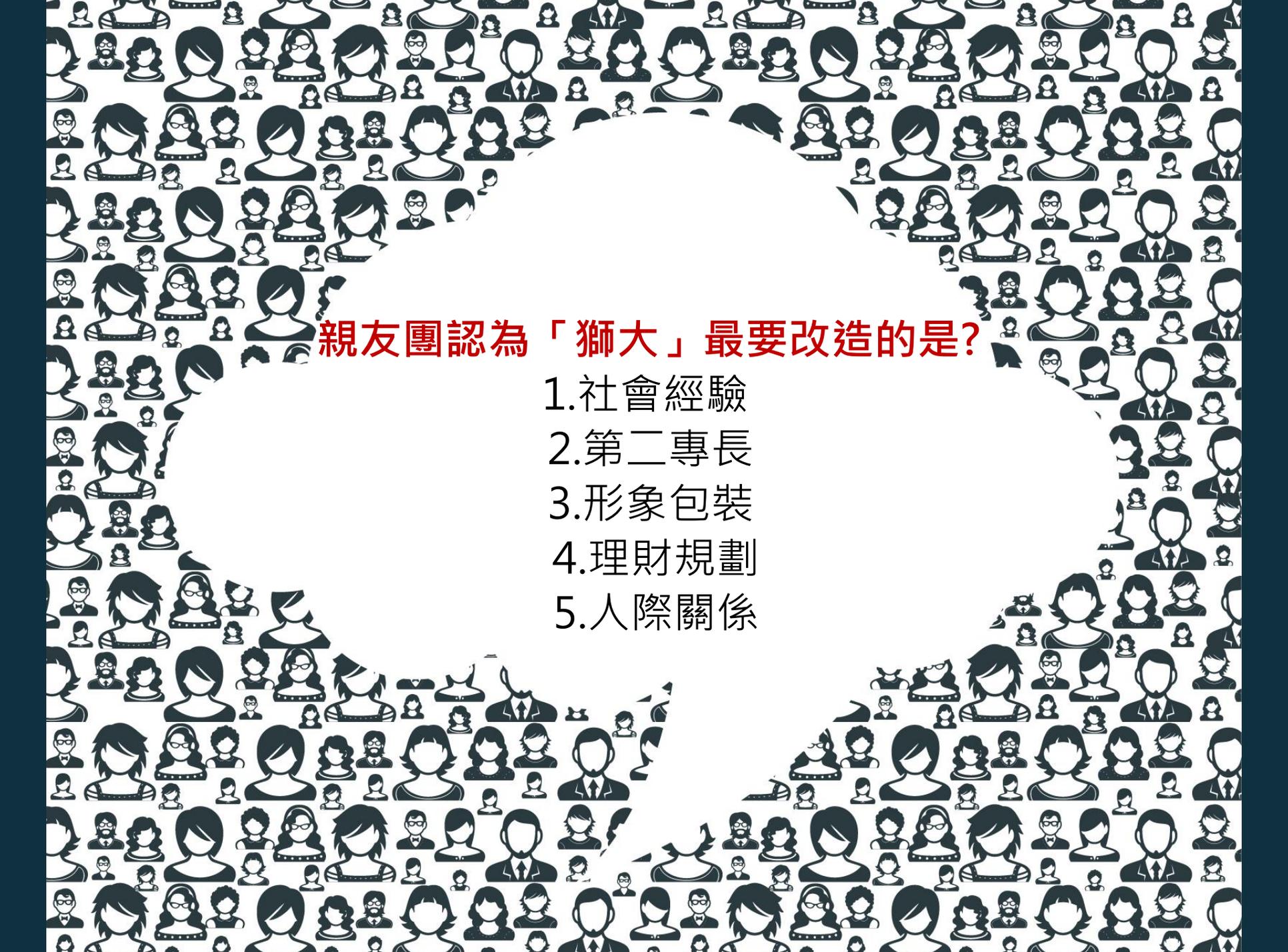
擅長教學、音樂、美術、體育、外語

因為內向害羞不愛打扮

求職時常懷才不遇

所以經濟拮据



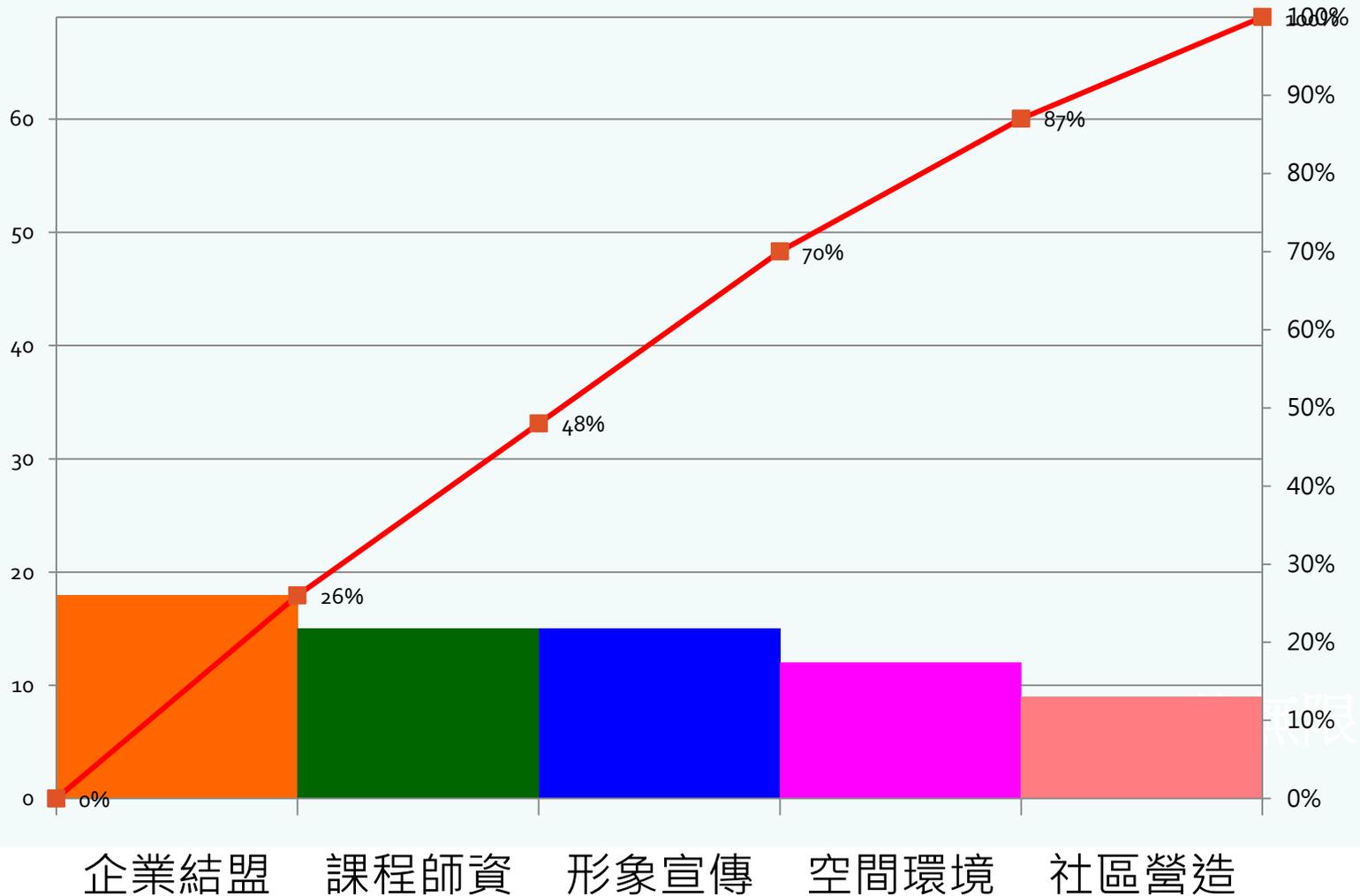


親友團認為「獅大」最要改造的是？

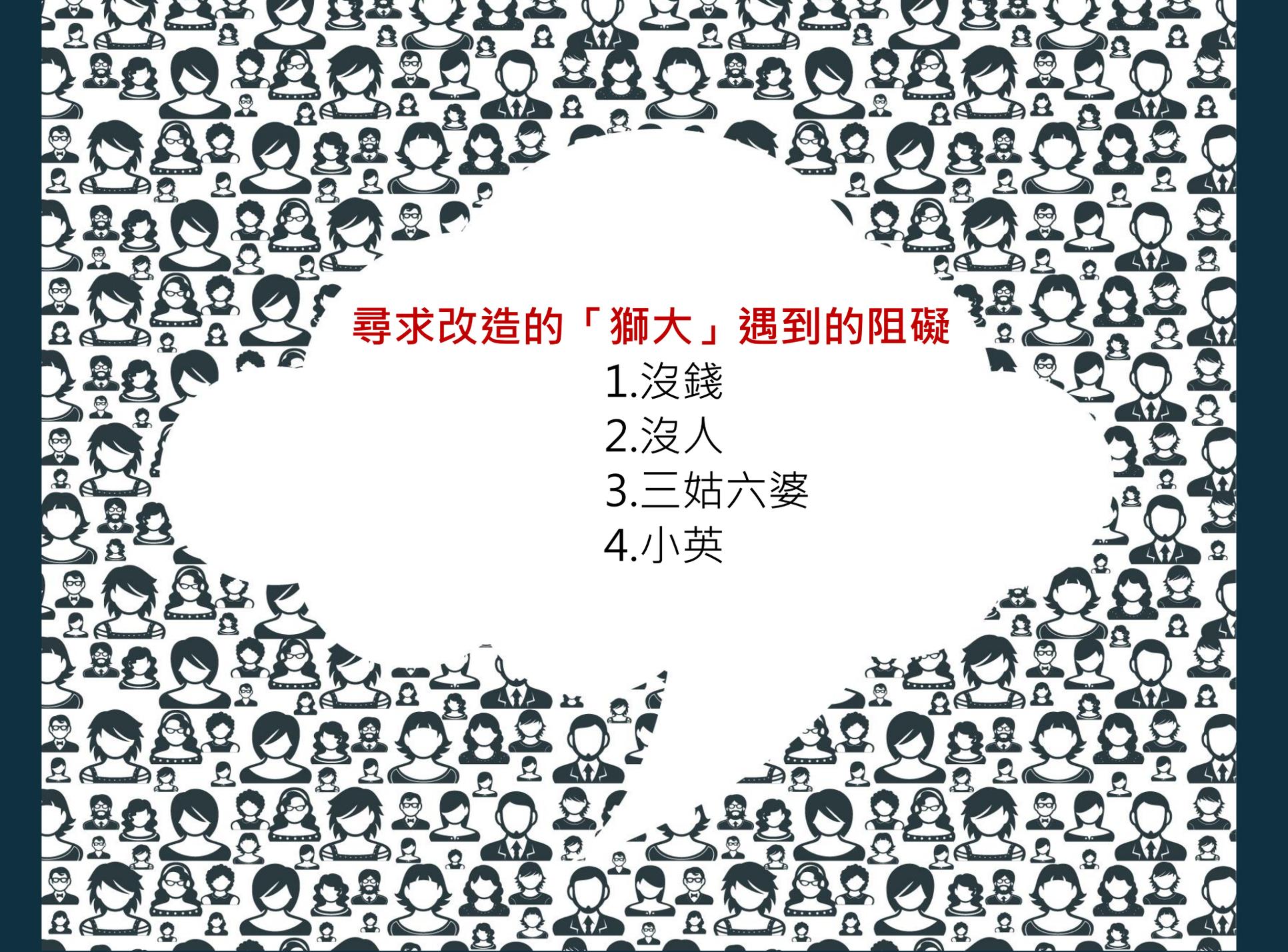
1. 社會經驗
2. 第二專長
3. 形象包裝
4. 理財規劃
5. 人際關係

# 問題分析

## 創新翻轉新師大，最需要改變事項調查



無限大

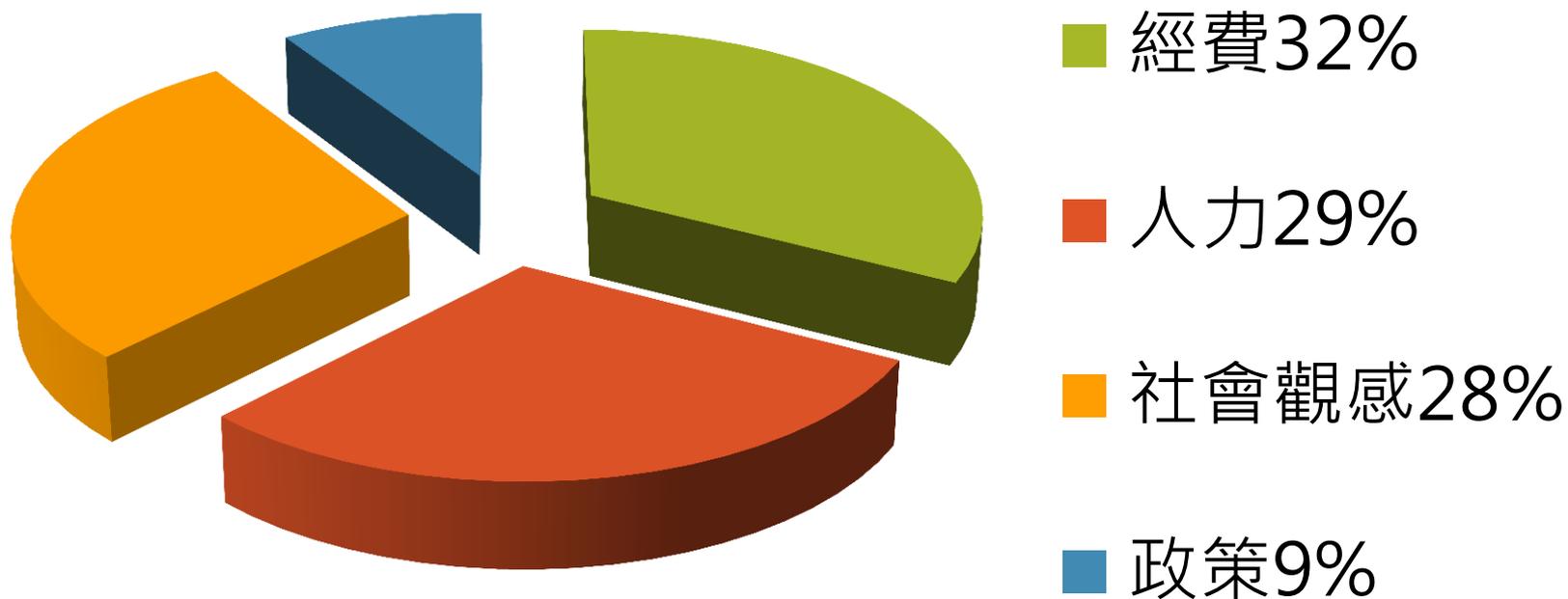


## 尋求改造的「獅大」遇到的阻礙

1. 沒錢
2. 沒人
3. 三姑六婆
4. 小英

# 問題分析

## 師大轉型困境-106中高階人員研習調查



# 問題分析





不會解決問題

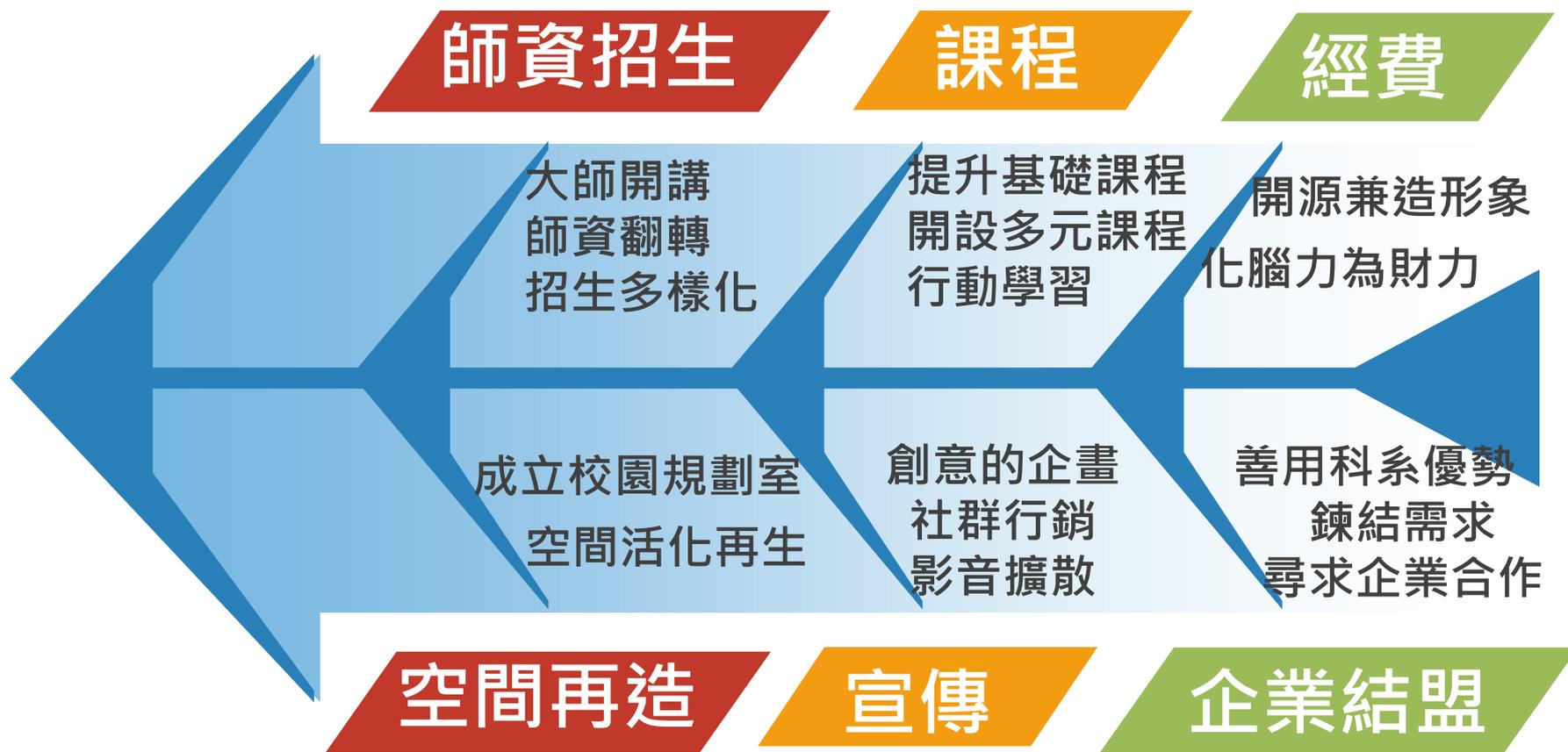
你的**高學歷**也只是笑柄

# 翻轉後的目標

師培龍頭再躍昇  
創新翻轉新師大



# 創新策略



# 策略一、課程師資的強化與調整

## 優勢

- \*辦學逾71年，2017QS289名
- \*教育、人文藝術、運動競技、華語等課程具權威性和代表性
- \*培育卓越人才與師資的搖籃
- \*頂尖研究團隊與國際名師

.....

## 劣勢

- \*缺少某些學科領域之課程
- \*社會大眾對本校課程刻板印象
- \*就業課程及行動課程較少
- \*師資侷限與斷層

.....

## 機會

- \*轉型已有成效 (9成5學員有感)
- \*校園地理環境佳、交通方便
- \*新南向等國際化政策

.....

## 課程師資SWOT分析

## 威脅

- \*同質性學校及課程不少
- \*師資外流

.....



# 課程師資

## 培養全人素養與跨領域領導人才

### 強化課程轉型

基礎課程的提升	多元課程的開設	行動與無所不在學習
<ol style="list-style-type: none"><li>1.符合就業所需 --兼顧學術與未來就業</li><li>2.符合學生所需 --由學生決定開課內容</li><li>3.符合社會所需 --善盡社會責任(公民素養)</li><li>4.符合師大所需 --再開發特色課程</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.熱門或前瞻課程 --長照、高齡、數位VR...</li><li>2.國內外聯盟課程 --國內課程互選 --國外移動學習</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.QR Code下載課程 --一掃全都通</li><li>2.Youtube觀看課程</li><li>3.Facebook直播課程 --增加互動與影響力</li><li>4.戶外教學或企業實習 --多管道學習場域</li></ol>

# 課程師資

建立頂尖師資團隊，多源招育大師人才

## 調整師資與招生

大師開講	師資翻轉	招生多樣化
<ol style="list-style-type: none"><li>1.諾貝爾或院士講座</li><li>2.產業講座</li><li>3.校友講座</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.國際師資</li><li>2.交換師資</li><li>3.學生導向師資</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1.到現場--校內外觀摩</li><li>2.看現物--招生影片/DM</li><li>3.了解現況--獎學金、就業</li></ol>

## 策略二、強化與企業結盟

### 產學合作現況

產學合作  
(100-105年)

件數約為1,691件，金額累積為  
NT\$35億元

專利與技術移轉  
(100-105年)

發明的專利數與技轉數累計達190件

技術移轉收入  
及技轉商品化

技術移轉收入約為NT\$3,158萬元

主要作法

- 1、擬定獎勵辦法進行宣導與鼓勵
- 2、辦理產學媒合會及增加研究成果之能見度
- 3、建立媒合平台及「校園產業園區」

# 強化與企業結盟

鍊結人才培育  
與產業政策

運用科系優勢  
增加實習就業

具體做法

與國內外企業  
進行產業合作

強化企業校友  
聯結深耕未來

# 強化與企業結盟

- ◆ 配合產業政策，產業端人才培育連結
- ◆ 共組產學聯盟，致力學用合一，提昇學生就業力
- ◆ 綜合學校在藝術人文、社會科學、教育、自然科學、工程、心理、商學等領域，配合產業發展政策，培養企業所需人才
- ◆ 運用產學合作、創新育成、技術移轉、商品化行銷提升企業結盟績效
- ◆ 與業界結盟，增加國內外實習機會



# 強化與企業結盟



## 教師需求

取得研究資源、  
實務經驗、建立  
人脈

1. 企業共同開課
2. 企業專案
3. 實務交流



## 學生需求

財務支援、職  
涯協助

1. 獎學金提供
2. 企業導師
3. 暑期實習



## 企業需求

人才、績效

1. 所需技術及管理輔導
2. 優秀人才的培育

# 強化與企業結盟

## ◆ 與國內或跨國企業進行產業合作

與企業進行產學合作，運用校內系所力量  
媒合3到5家的企業，校內規劃實習課程，  
學生至相關企業實習，優秀學生畢業將有  
機會留用。

## ◆ 鞏固師資校友的聯結外，培育業界校友及 強化與企業校友的聯結

組織專業團隊，連結業界校友，為未來躍  
升作準備

# 策略三、對外形象之建立

為師大所有成員的共同責任

## 公共事務中心

維護公眾關係，學校形象、事件新聞採訪與發佈，議題行銷及公關公益活動規劃與執行、校友服務、親善大使培訓、製作全校性文宣、電子報與數位影音內容製播、管理師大FB粉絲專頁。

## 圖書館

出版中心與文創中心共同推出紀念品，配合相關活動吸引更多人認同師大進而加以典藏。

## 招生單位

教務處、國際處、國語中心、進院...製作招生文宣，透過教育展、招生宣導講座增加學生及家長對師大認識，進而報考師大。

## 各單位、社團

認識師大、活動推廣。



# 師大廣宣

曝光度不夠嗎?

106中高階研習人員56%覺得廣宣不夠

- 師大FB粉絲團近 **86,000** 人追蹤
- 另有 **200** 個以上師大相關社團或粉絲專頁，至少20個粉絲團追蹤人數在1500人以上
- 近1年有將近 **15,000** 支和臺師大有關的影片上傳到youtube



# 師大廣宣

傳統媒體廣告費用昂貴，  
網路社群、數位聯播成為匯聚目光主流。

整合資源，透過議題置入傳播促使更多討論，引發趨勢潮流。  
搭上社群行銷熱潮，強化品牌深化影響力

01

## 內容 置入行銷

教育議題置入包裝  
網路新聞延伸專欄  
原創議題塑造話題

02

## FB 社群行銷

波段性強力曝光  
觸及學生族群  
提高黏著度  
規劃腳本活動直播

03

## 影音 擴散行銷

創意企劃  
Youtube影片縮圖  
從茫茫網海中脫穎而出  
IOH平台擴散操作

# 策略四、校園空間環境改善



缺乏整體  
環境規劃

頭痛醫頭  
腳痛醫腳

空間老舊  
維護不佳

**操場滿坑滿窪 台師大師生開罵**

【聯合報 記者鄭慧琪台北報導】一連兩週連日的台師大操場，修繕了二年多依舊坑坑巴巴，引發師生抱怨，諷刺師大「每天都好像是針對的五百障礙，用這種奇門遁甲的障礙場地，是否要這樣才能訓練出師大超強的校隊啊！」

台師大操場全新的PU跑道上不應該挖得坑坑巴巴，操場上築滿三角錐和數十個障礙，平常一下雨，操場甚至還會「長泡泡」，上體育課的學生和附近居民運動只能不停繞道，以免跌倒。

附近居民晚上會到學校操場運動，但發現跑場沒完工之前，走在坑坑巴巴的操場上很容易摔倒，不了解校方為何停工兩年，至今還沒修好。

師大主任林安邦解釋說，學校前年花了上千萬全面整修，找廠商設計符合田徑協會標準的跑道，但設計沒考慮排水問題，不到一年，只要一下大雨，操場就會噴水，以致跑道上凸出一個個氣泡。

林安邦強調，已多次和廠商反應，現在校方考慮找第三公正機關，和設計廠商做最後責任歸屬鑑定。

師大國文系大四補同學地那說，每次體育課只能找比較平坦的場地打球，還要一邊注意腳下安全。

他說，大學四年來，操場都在施工，且前年大專至，很多學生原本可以破紀錄，卻因為凹凸不平的操場只能放棄。

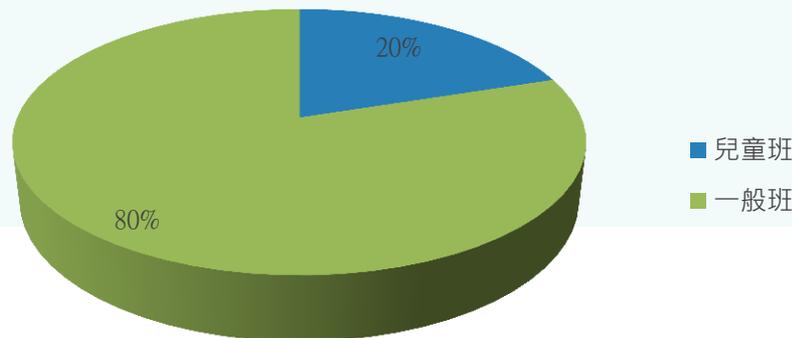
# 空間環境專責規劃



# 空間再造創新策略



推廣課程  
金額比率



# 空間再造創新策略



特色景觀

空間  
活化



兒童遊憩



產教結合

# 策略五、經費現況及改善

## 經費現況-校務基金 103-105 年度收支分析表

項目		103	104	105
收入	合計	52.9	55.1	54.0
	教育部及其他機關補助收入	22.4	23.1	22.7
	學校自籌收入	30.5	32.0	31.3
	學雜費收入	7.3	7.5	7.1
	建教合作收入	15.9	16.5	16.3
	推廣教育收入	3.6	3.9	3.9
	其他收入	3.7	4.1	4.0
支出	合計	51.8	54.0	53.3
	經常支出	47.7	49.4	48.3
	資本支出	4.1	4.5	4.9

單位：億元

# 經費現況及未來隱憂

---

少子化

112學年度，

高教學費收入減少300億元



# 經費創新策略-開源兼打造形象 林口校區設置戶外探索教育體驗場

S

小謀老師領導品牌  
增相關系所畢業出路  
對外租借增財源

W

整合系所意見  
須先投入資金

林口  
校區

機場捷運通車  
體驗、冒險教育熱門  
O 少子與高齡化

競爭者成立早  
交通不方便

T

# 經費創新策略-化腦力為財力

---

01

創新產品  
推廣服務

社區心理諮商中心  
運動健身中心  
教案創新平台

02

推廣教育  
體驗學習

寒暑假遊學團  
奧林匹亞體驗營

03

數位學習  
行銷國際

影音學習  
外語交換學習平台

# 結語

- 品牌形象的建立與提昇需要長時間的累積，始能改造社會的認知與觀感，在內部如課程師資、形象推廣及行銷、空間環境的改造，在外部如與企業的連結、並考量學校在政策、人力、經費的配合等，透過各方面的努力，定可在既有優勢下，創新再造新師大。



## 改造後的「獅大」

求新求變  
氣質出眾  
人見人愛  
求職無往不利  
桃花朵朵開  
錢財滾滾來



# I的無限大



I的無限大

NEW THINK NEW YOU

簡報完畢

敬請指教