

中原廣告行銷服務課程連續 16 年用專業作公益 學生展現堅強韌性與服務續航力！



中原大學以「善用知識造福人群」為教育理念，鼓勵學生用專業服務社會，為台灣土地貢獻心力！開設連續長達 16 年的「廣告行銷服務課程」於近日舉辦成果發表會，學生跳脫框架開啟學習視野，展現一整年跨領域為苗栗卓蘭推廣農業觀光、為大海社區設計網站，保留傳承歷史文化、為都市改革非營利組織拍攝形象廣告、為脊髓損傷傷友製作公益關懷影片等行銷推廣服務。秉持以人為本初衷，中原學生用堅強的實力，在各個需要被關懷的議題善盡心力。

施展跨領域專業 發揮專長助人讓服務延續

由 7 位教師共同指導，結合企管系行銷專業與商業設計系的創意活力，協助非營利組織與社會企業解決問題。連續 4 年與大學社會責任計畫結合，為苗栗卓蘭與桃園大海社區經營注入活水。「卓然果園」延續過去學長姐的經驗，與卓蘭鎮公所合作打造「不凡休息站」，透過在地美食市集、木棧道休息設施、文化導覽及電影院等規劃呈現卓蘭與白布帆國小特色，吸引登山客與過路客休憩時，從中認識當地文化，讓卓蘭的主題定位更鮮明。



「大海小組」則多次造訪與居民討論溝通社區需求，以黑貓中隊、大海社區及空軍基地三者關聯為意象發想，架設了名為「貓在海上飛」的網站。完整且系統化的保留、紀錄大海社區特殊歷史意義與對台灣軍事的重要性，學生運用網路虛擬性與方便性，創造更多元的互動體驗及資源不受地域限制的使用，讓代代都與家鄉有深厚的連結。

商設三蔡侑庭表示，網站風格採復古懷舊設計，運用或粗或細的線條、不飽和的色彩，將真實的照片搭配歷史故事呈現，目標族群為對軍事及台灣歷史有興趣的人，未來「線上故事館」將以歷史展覽、紀錄片館藏、圖文攝影與影音等多元方式，讓故事館文化保存的氛圍引起更多民眾的關注。指導老師商設系侯君緯提到，企劃過程雖經歷多次考驗，但學生卯足全力把所學的专业完整呈現，架設簡明吸睛、結構穩定的網站，深得人心的故事表達出對土地濃厚記憶及情感，值得肯定。



用特色行銷做出品牌定位 滿足服務主核心需求

「Ours 都市改革」小組考量台灣高房價現況，以創新的「我們的城市、我們的成就」為概念拍攝系列廣告，積極推廣並傳達合作住宅穩定、友善及可負擔性的好處，提供年輕人在租房與買房之外的第三種居住選擇。企管三曾筠晴表示：「OURs 專業者都市改革組織推動許多知名的法案修法、議題倡議及社會關懷，為弱勢社區居民發聲、扮演溝通協調的平台。這次用賣火柴女孩許願有個溫暖的家為故事包裝，藉此增加劇情吸引力並兼具媒體行銷，提升民眾對居住議題的關心及權益，以及增加組織曝光知名度。」

而首次合作的「主動廚房」是為脊髓損傷的傷友量身打造工作機會的社會企業，創辦人陳守實為更友善的環境而努力，他主張「以購買代替捐款」，讓傷友們靠自己的力量改善生活，重拾自信和尊嚴。團隊在實際探訪傷友的生活現況，以「你是點亮我生命的光」精心製作溫暖形象的影片。用主動廚房的美食向大眾喊話，產品皆使用全天然材料，而每筆訂單都是對傷友的支持與幫助；另支影片透過認識脊髓損傷，讓大眾能夠體會並同理他們。企管系賴愉蕾提到，藉由感人的故事，開啟家中爐火的同時，也點亮一群需要幫助的人生，讓民眾了解支持購買的背後意義，期待對組織的觸及率及社會關注有所幫助。

課程指導老師企管系丁佩元欣慰表示，考量服務延續性效果，有兩組接續前三屆學長姐的經驗，善用既有場域的優勢，除了對在地有更充份的瞭解，對創造地方品牌也能更活化及優化。看到學生舟車勞頓往返苗栗與花蓮，不斷滾動式調整企劃及執行方式，為的就是找出符合業主需求和定位。面對一波波疫情的襲擊，危機處理更展現團隊的團結與韌性，相信過程終究會是大家茁壯的養分。

