

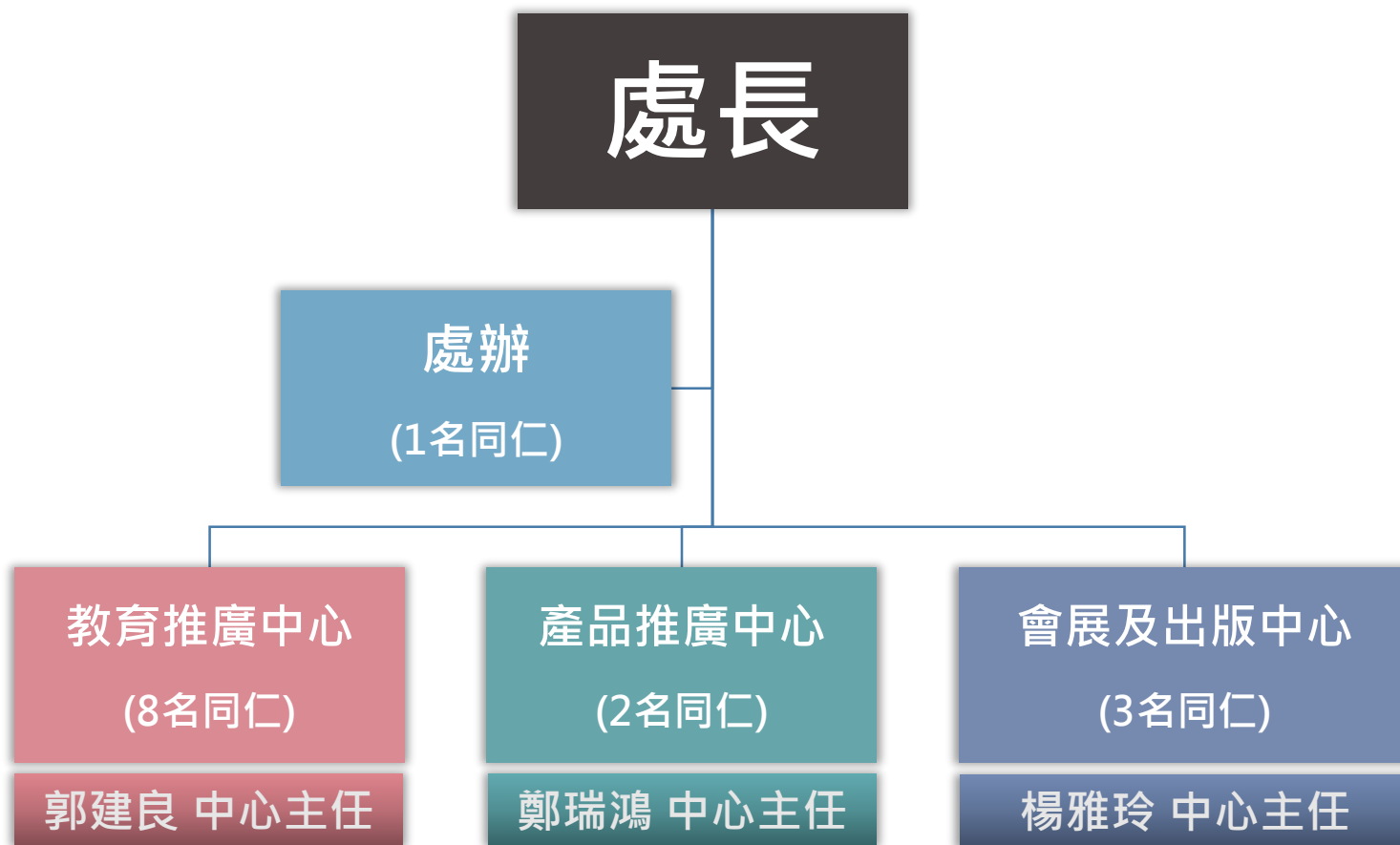


110年度業務績效暨111年度業務規劃報告規劃

教育事業暨產品推廣處

110.10.07

教育事業暨產品推廣處組織編制



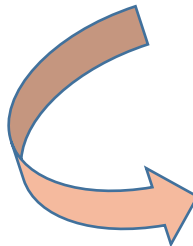


教育推廣中心



推廣教育績效(1/2)

學年度	總收入	班數	人次
107	31,698,770	457	4,642
108	33,975,844	450	5,368
109	83,985,311	510	5,620



學年度	學分班		非學分班		
	總收入	人次	總收入	班數	人次
107	10,032,925	904	21,665,845	178	3,738
108	7,231,975	705	26,743,869	197	4,663
109	7,300,941	715	76,684,370	216	4,905

- 109 學年度總收入因勞動部新尖兵試辦計畫成功挹注(仍有多班尚未完成請款和結案，故未列入)，但 110 學年度後無法複製
- 至於原有課程環節，即使暑假課程受疫情影響停招，仍維持108學年度規模，且總退費金額未及 50萬元

推廣教育績效(2/2)

課程類型	總收入	班數	人數
市民學苑班	1,523,914	45	489
運動/健康課程	1,145,376	53	499
認證專班	1,394,200	7	399
產業人才投資計畫	2,185,630	12	259
樂齡大學班	4,674,822	25	1,320
新尖兵試辦計畫*	60,273,004	21	654
其他非學分訓練班	5,487,424	53	1,285
小結	76,684,370	216	4,905

- 樂齡大學持續成為本校推廣教育特色課程
- 新尖兵試辦計畫則成為年度營收倍增的絕對關鍵

推廣教育亮點(1/2)

- 從補助計畫轉化為自費營收課程
- 成為**全台自費班級最多**的學校
- 亦為自辦課程成長率高的課程代表
- 成功**串聯本校 USR 及高教深耕**內涵(落實本校口碑和地區經營)
- 進行**線上課程試辦**模式並獲得肯定

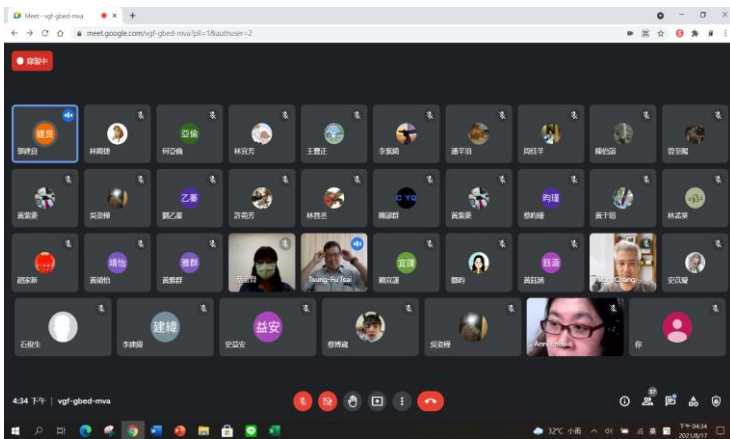


推廣教育亮點(2/2)

- 本校為**高高屏分署轄下開設班級數最多且成班率最高的學校**
- 七月同時線上維運超過 20 班，有效協助進行學員資格審定、課程暨學員管考與溝通，並確保各班通過分署查核
- 率先進行疫情後實體課程部署備案並奉核通過，獲得肯定
- TTQS人才發展品質管理系統(訓練機構版)



評核，榮獲**銀牌**



課程查詢結果

合計24筆 最前頁 上一頁 選擇頁數 1 頁 送出 下一頁 最後頁

序號	課程分類	訓練課程	上課地點	訓練起迄日
1	綠能科技	循環經濟產業人才培訓班	高雄市楠梓區海專路 142 號(高科大楠梓校區)	110/06/21 110/08/13
2	數位資訊	社群經營與數位行銷實務人才培訓班第二梯次	高雄市三民區建工路415號	110/06/25 110/08/12
3	工業機械	智慧自動化之工業伺服系統關鍵技術人才培訓班A	高雄市前鎮區光華二路80號	110/06/28 110/07/30
4	數位資訊	AI物聯網大數據雲端科技應用培訓班	高雄市燕巢區大學路1號	110/06/28 110/07/20

推廣教育執行之困難及問題

教室空間盤點

- 目前教推處於建工校區僅各有一空間可使用，楠梓校區及第一校區則無，需借用其他單位空間。
- 推廣教育開設班級數於今年已達510班，目標逐年增加自辦課程數，**仍有教室空間需求**，以擴大本校推廣教育能量與規模。

同仁薪水基準

- 本校校基人員於109年重新簽訂契約，惟該做法乃以合併前職稱與當時薪資，對應薪級與最接近(但超過)之月支數額做為俸點起薪，致相同學歷不同起薪之狀況仍存在。
- 例如：目前有大學畢業同仁的薪資仍低於26K

績效工作酬勞

- 執行產學合作績效工作酬勞支給基準該辦法適用專案工作人員，其餘辦理推廣教育或校務基金自籌收入有績效者，是否可另訂支給基準？

推廣教育檢討與精進

新常態下的課程挑戰

- 因應疫情與旱情的開課備案準備成為必要
- 線上課程整備與市場嘗試必須提前

新觀點下的業務拓展

- 新尖兵試辦計畫並非常態，但已挹注營收資源
- 年度課程發展需同步檢視未來三年的可擴充性

新模式下的機制落實

- 行政項目的 SOP 化與優化，將成為提升效率關鍵
- 資料與系統應用，將成為回應市場和臨時情況的關鍵

推廣教育執行策略與方案

策略	說明	執行方案
流程優化	<p>聚焦服務流程與做法調整，提升單位合作意願及降低行政支援負擔</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 報名及內部帳務流程簡化 • 講師聘書數位化 • 規範鬆綁、提升合作誘因
特色聚焦	<p>聚焦特色領域進行系列課程規劃與開設，同時槓桿勞動部課程，並成為建立特色、綜效及複製基礎</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 以工程X資訊類為主攻，提出發展藍圖並據此開發多元課程 • 與企業與協會合作，搭配政策，進行(客製)課程開設與市場測試 • 配合課程推廣設計新收費與課程作法(如體驗/講座/線上課程)
落實鏈結	<p>結合高教深耕、系所需求、本校特色及累積資源，設計新合作課程與擴散方式，落實推教中心鏈結功能</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 透過新媒體方式進行擴散與測試(搭配直播培育新興講師) • 進行可融合校內師生參與的課程(高職營隊、證照課程、樂齡融合)

推廣教育預期成效及績效指標

預期成效

對外: 成為培訓南部業界所需人才之服務平台領導品牌

對校: 對學校收入具影響力 (2025達成億元營收里程碑)

對內: 中心具推教課程主導能力

績效指標

- 形成一個呼應高科特色或發展重點的培訓課程系列
- 針對勞動部相關課程進行成效檢視回顧與外部分享
- 開設新的線上課程 & 認證課程合計 10 門以上
- 營收額達 5,000 萬
- 開設 800 門次課程且成班率達 80%
- 增開(含主動或協助)課程數至少 10%
- 增加校內合作單位至少 3 個

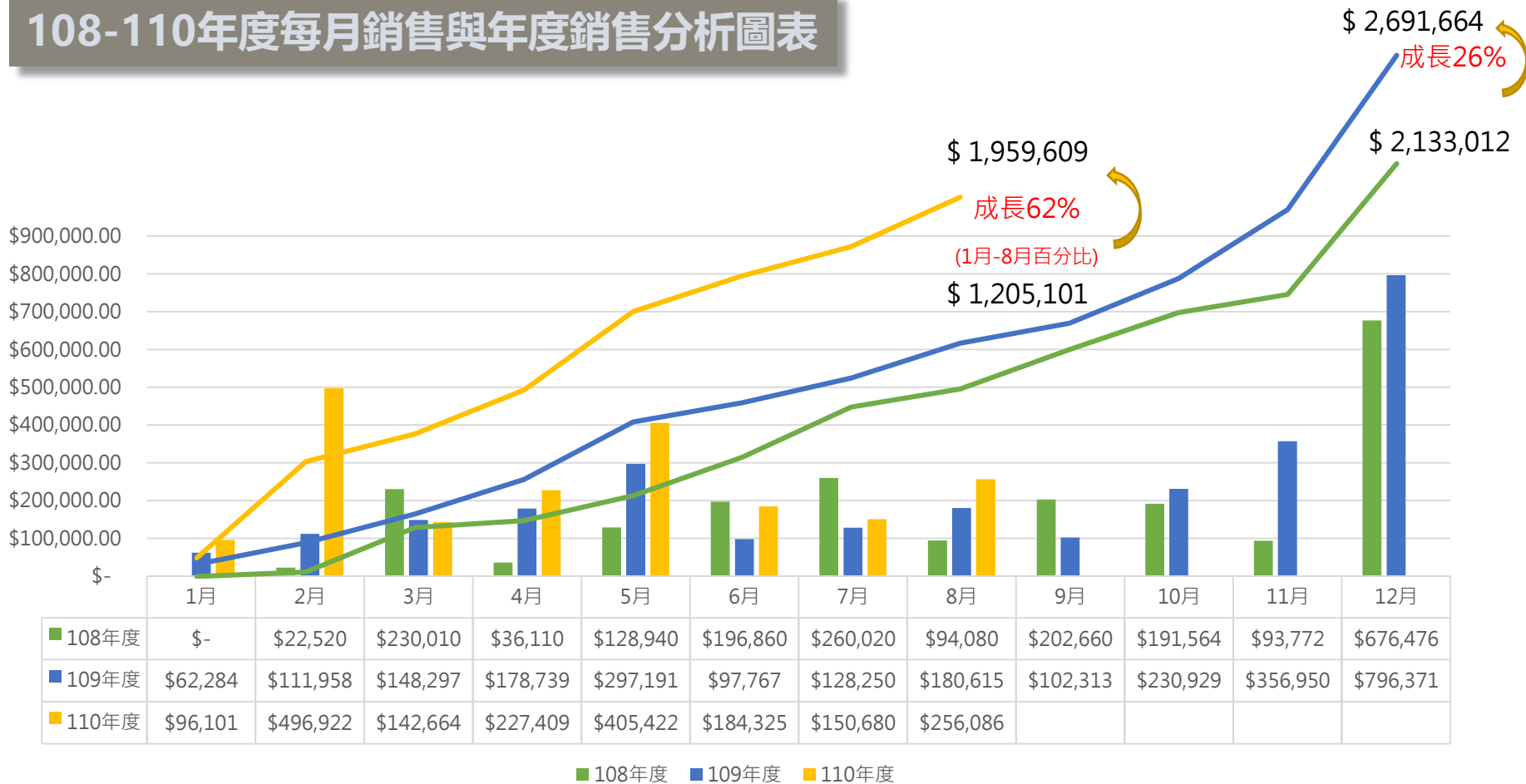


產品推廣中心



產品推廣績效(1/3)

108-110年度每月銷售與年度銷售分析圖表

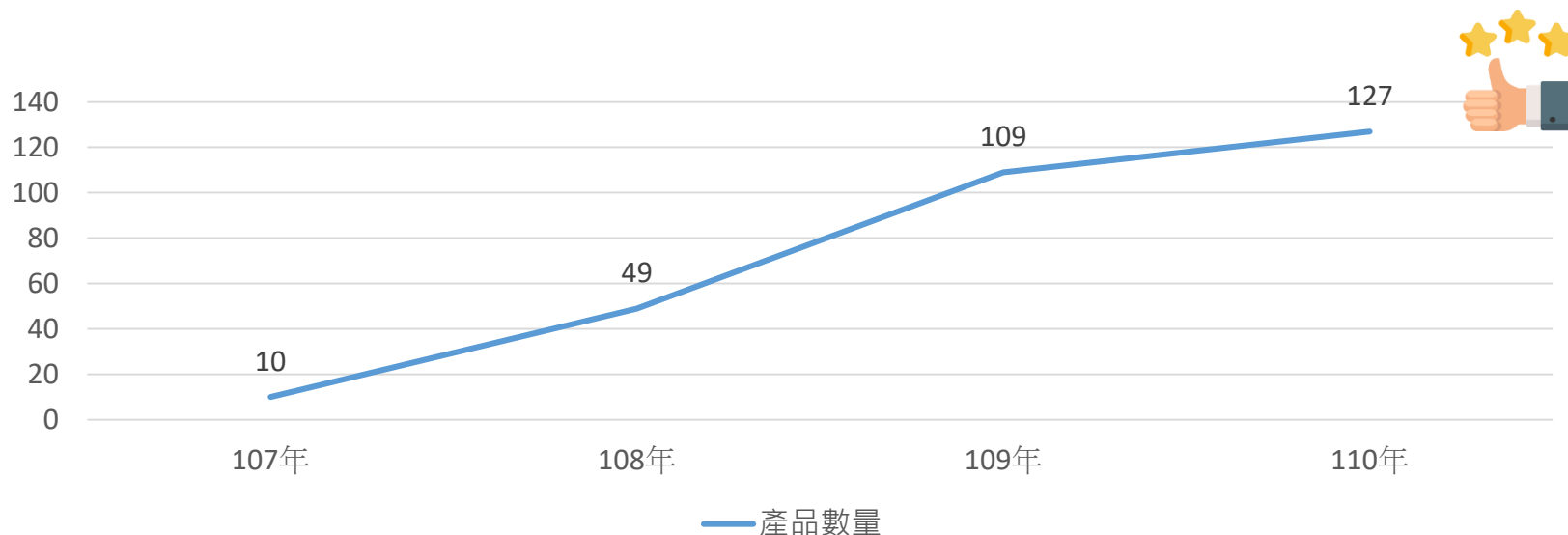


產品推廣績效(2/3)

上架產品分析

產品項目數量110年上半年
較109年成長**16.5%**

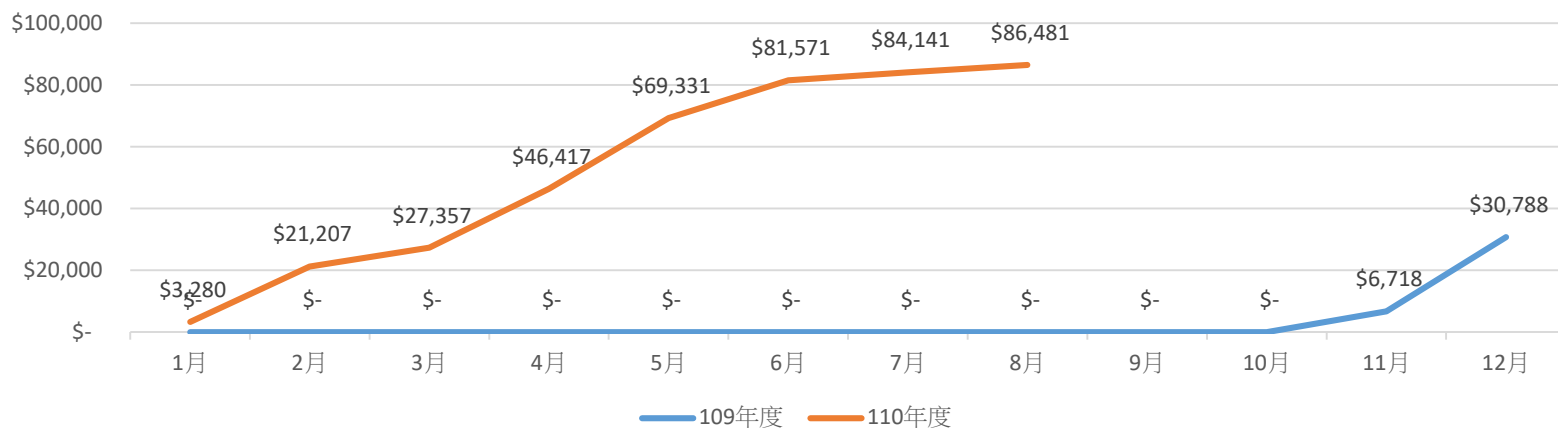
年度	107年	108年	109年	110年(1-7月)
產品項目數量	10項	49項	109項	127項
合作教師	5位	10位	15位	16位
合作單位	-	-	3筆	4筆



產品推廣績效(3/3)

109-110年度研發處校徽商品營收分析圖表(統計區間109.11-110.08)

109-110年度研發處營收分析圖



排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
品項	智慧指環	校徽款棒球帽	燙金款T恤	白鐵杯	校徽徽章	基本款T恤	炫光款T恤	NKUST款棒球帽	冬尋杯	琺瑯馬克杯
數量	97	109	51	35	131	21	18	16	5	13
金額	31,440	31,325	22,100	21,150	11,500	8,200	7,500	4,465	3,200	2,900

產品推廣亮點

● 支援多元支付方式

110年度新增加**實體刷卡機**並與一卡通公司合作**LINE PAY**支援服務，支付的便利性將能有效提升顧客購買意願。

● 營業額

110年度1-8月營業額相較去年已成長62%。

● 校徽產品

校徽產品更趨多元化，目前數量已達**28種**，並設置校徽產品專屬櫃位，持續努力推廣。

● 推廣活動-曝光機會

舉辦醫護募集活動，並與高雄市政府青年局合作挺醫護影片。

參與亞太經貿座談、燕巢嘉年華等校外活動，向外推展高科大品牌。



商店經營所遭遇之困難及問題

1

人力待補

因計畫人員離職與配合業務進行人員異動，目前產品中心由兩位同仁負責商店營運及處理行政庶務，人力尚待補齊。

2

生鮮庫存

原先商店內販售之冷凍食品為五種，店內一台冷凍櫃及直立式冰箱提供存放商品庫存，隨著上架之冷凍食品增加致生鮮空間不敷使用，上架生鮮的老師找到廠商贊助冷凍櫃，惟因安全性考量不宜放地下室倉庫，目前暫置於商店內。

3

分配比率

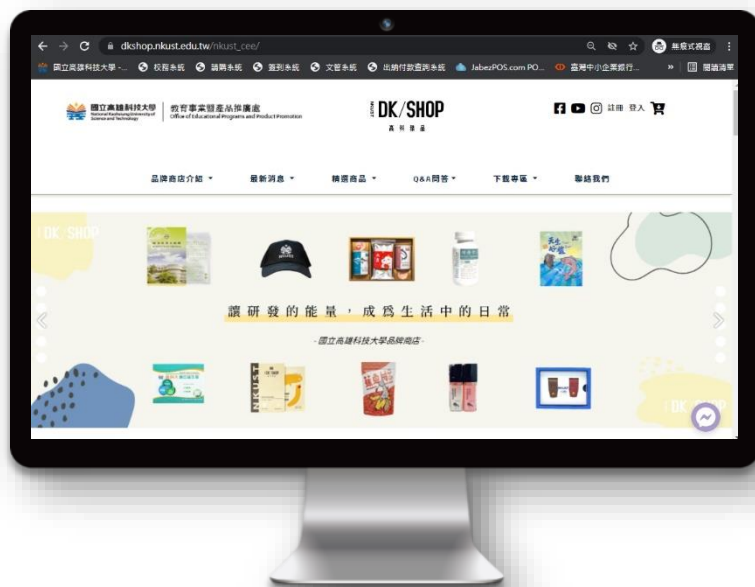
對於製作商品的老師而言，希望販售的價格讓教職員生都能接受，故以量制價的結果，導致**承擔庫存壓力**，目前研發老師營收分配比例為75%，希望能營運一段期間後分析狀況，予以修正分配比率，共同推廣師生研發商品。

商店營運檢討精進

● 多元支付服務、虛實整合

官網一直以來受到廠商合約到期能修改有限及學術網路無法有交易行為等限制，故官網僅能介紹商品並無法線上結帳。

2021年將著重在店商平台的整合與便利性並提供多元支付服務，已著手更換官網廠商(非學術網路)，並結合綠界線上支付平台，期望打造電商 + 店商虛實整合的經營模式。



產品推廣重點工作項目及基本維運支出

行銷 推廣

精準行銷廣告投遞/關鍵字搜尋(廣告預算提升至\$30,000)

根據節慶、需求性或時事投遞；年度後台資料庫分析數據走向及成果

多元 支付

綠界線上支付-交易手續費2.1%，第一年免會費10,000

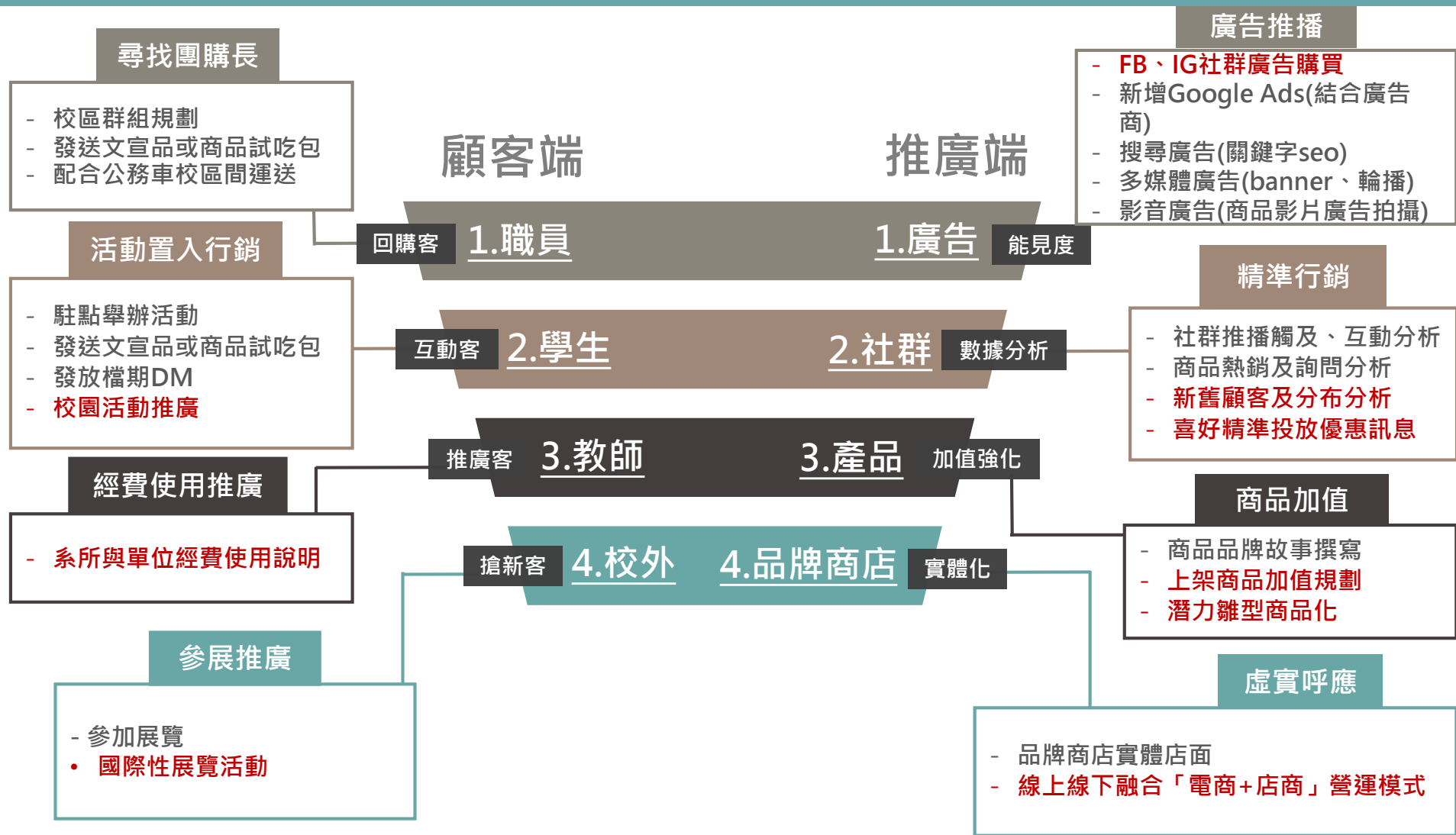
一卡通-交易無手續費，機器設備租借費\$2,700/年。

店商 平台

Cyberbiz電子商務平台

2年專業版系統後台（含網路安全憑證）總計共\$58,200

產品推廣執行策略與方案



產品推廣預期成效及績效指標

預期成效

108年度平均每月營收17萬多；109年度平均每月營收22萬多；
預計110年度平均每月營收25萬；111年度目標平均月營收30萬。

績效指標

- ✓推廣活動：提升至15場次，並包含1場國際性活動。
- ✓行銷比賽：團隊工作坊夏令營模式，藉由團隊參訪品牌商店與老師指導的方式，規劃行銷方案。
- ✓電商平臺優化及社群深化：觸及人次>20,000



會展及出版中心



會展及出版中心績效

專案管理業務

辦理校內外大型活動及承攬政府標案

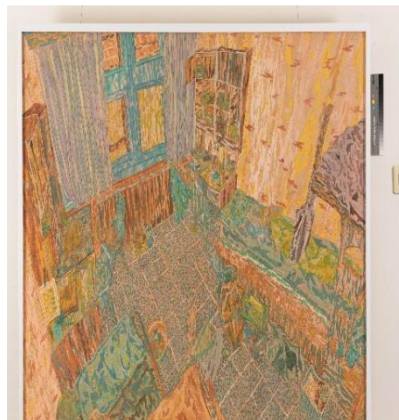
- 承辦國立高雄科技大學三週年校慶慶祝大會
- 109學年度畢業典禮
- 承辦本校四週年校慶慶祝大會及禮品設計
- 協辦2021臺灣海洋治理國際研討會



書籍出版業務

協助書籍出版之內容規劃、排版及印刷

- 「第二屆青年藝術家典藏」精裝版刊物編輯印製



設計開發業務

結合視覺設計，提高活動之形象識別與專業度

- 設計專屬高科大會展推廣品視覺意象
- 會展小物設計
- 嘗試自我發想視覺設計



會展及出版中心亮點

國際研討會



首度嘗試辦理國際研討會，與國際處合作辦理2021臺灣海洋治理國際研討會，因應疫情採取線上辦理。

視覺設計開發

- 校慶主視覺設計發想
- 校慶禮品設計



會展及出版中心之困難及問題

會展及出版人力規劃

- 考量會展與出版專業規劃，需具有會議展覽、媒體行銷相關經驗之人力協助規劃未來校內重要活動典禮及校外合作計畫案等相關業務。
- 會展人才羅致不易，目前學校起聘薪資不高且無其他加給，招募不易且人員流動性高。

資源待整合

- 學校資源分布於五校區，盤點整體場地空間及軟硬體後，有助於校內辦理研討會活動及對外爭取標案或計畫。

會展及出版中心行動方案

	重點項目	內容說明	
出版案	第二屆青年藝術家典藏	協助聯繫與規劃第二屆畫冊內容、排版及印刷。	預計十一月完成。
	承攬政府標案	爭取業務相關之政府標案，累積經驗。	盤點並將學校資源利用最大化。
活動案	才藝選秀	透過校內選拔出優秀學生，利用培訓方式讓學生能夠在校慶舞台演出。	預計與學務處合作，學務處進行選秀本中心辦理培訓課程並在校慶活動演出。
	校慶系列活動	高科大四週年校慶慶祝大會。	預計10月定稿主視覺。
	協助系所承辦大型學術研討會	學校團隊協助系所承辦大型學術研討會，以提升本校國內聲望。	與系所接洽討論合作可能性。
計劃案	高教深耕計畫執行	高科大表演藝術人才影片徵選專案	結合學務處歌唱大賽活動

會展及出版中心預期成效及績效指標

預期成效

- 籌辦大型校級活動
- 協助致力推動會展與出版業務
- 扮演**南部會展活動交流**基地

績效指標

- 每年主辦校內至少二次**大型活動**或展覽
- 協助出版校園刊物至少一件
- 高科大**集思場地**空間管理





簡報完畢 敬請指教