



環球科技大學
TransWorld University

存誠 創意 務實

102-103 年度教學卓越計畫

B-1-1-3 推動主題式職場體驗活動

分項計畫名稱：動主題式企業職場體驗

工作編號：B-1-1-3

工作名稱：推動主題式職場體驗活動

執行單位：行銷管理系

中華民國 102 年 6 月 30 日

目 錄

一、職場體驗之公司與組織介紹-----	2
二、活動與系所辦學特色關聯表-----	8
三、學生心得報告分析-----	9
四、活動照片及說明-----	12
五、學生參與滿意度分析-----	14
六、學生職場體驗心得報告彙集-----	16

一、職場體驗之公司與組織介紹

公司名稱：郭元益糕餅博物館(楊梅館)

地點：桃園縣楊梅市幼獅工業區青年路9巷1號

郭元益創立時間：郭元益自1867年創立至今，為保存台灣糕餅珍貴資產，於2001年3月創設郭元益糕餅博物館楊梅館；2002年8月成立糕餅博物館士林館，融合參觀、教學、推廣功能，將糕餅歷史與禮俗發展做最佳詮釋，因活動內容充實豐富、生動活潑，具寓教於樂之教學意義，榮選為全台優質博物館之一。

郭元益企業願景：致力成為每個幸福家庭的設計師

郭元益企業使命：追求利潤、落實信賴、豐富生活、深耕品牌價值

郭元益經營理念：誠實·永續·創新

誠實 — 對人對事對自己，以誠實為第一要務。

對公司、同事誠實以待，不徇私舞弊，避免彼此猜忌，降低溝通障礙，就事論事，提高工作效率。對廠商、顧客誠實以待，落實我們是客戶心中理想的真品牌。對自己誠實以對，不隱瞞失敗，不膨脹自我，為時以自己設身處地思考對方(顧客)，不說誇大或渲染空穴來風之事情(不欺瞞消費者)

永續 — 沒有經營利潤不但缺乏開拓前景，謀求持續發展的動能，甚至可能因此而遭致難以為繼的困境。

- 追求穩定利潤：使員工在努力工作之餘能獲得更安定之生活，而不是流離失所。
- 謀求作業合理：明確規章制度，使各項事務的運作都有標準可以遵循，以此提升工作的品質及效率。
- 兼顧人性根源：落實單位責任，以此激發企業成員的切身感，促使貫徹永續經營的弘遠目標。
- 專注消費者滿意：持續改善，達成顧客超值滿意的目標，以維繫永續經營的精神理念。

創新—以不斷創新的思維與產品，提供給消費者更好的生活品味。

- 設計創新：給消費者帶來更愉悅的美學，更美好的生活。
- 品質創新：給消費者帶來更多元的嘗試，更安心的享受。
- 流程創新：給消費者帶來更低廉的消費，更貼心的服務。
- 心智創新：給給自己勇於嘗試的膽識，創造自我生活樂趣，提供消費者更多元生活消費。

郭元益市場發展：步步為營，開創囍餅市場新紀元

楊梅工廠——郭元益晉級的里程碑

「楊梅工廠」的興建，是使郭元益由中型企業晉級為大型企業的里程碑。自1989年起投資資金約六億元，於桃園縣楊梅鎮幼獅工業區內興建符合FGMP標準廠房，總建築面積約一萬二千多坪，外觀為宮殿式造型，工廠內部隔間裝修寬敞新穎，生產自動化程度提高至百分之九十五以上，並於1992年完工運轉。◇工廠規劃使用的空間：一樓為倉儲部、二樓及三樓漢式餅生產製造、四樓及五樓西式餅生產製造、六樓為伴手禮生產製造



◇糕餅的基本生產流程：攪拌 → 成型 → 烘焙 → 冷卻 → 包裝 → 組裝

◇工廠使用的原物料超過 3000 種以上

◇楊梅廠的產能

漢餅類：53800 顆/日

西餅類：286000 顆/日

◇全廠共有 11 條隧道爐，總長 326 公尺，為糕餅業第一。同時擁有全台灣最長的隧道爐——長 42 公尺。

◇楊梅廠共有七座冷卻塔，總高度為 34.6 公尺。

◇1999 年郭元益漢餅系列通過食品 GMP 認證

◇2009 年通過 ISO22000、HACCP 食品安全管理系統的認證。

◆ HACCP：（Hazard Analysis Critical Control Point）即危害分析和關鍵控制點。

此一食物安全控管機制，是協助生產者藉由控制食品安全危害點，達到保障食品安全目的。

◆ ISO 22000，是食品安全管理系統的國際化驗證標準，適用於整體食物鏈產製運銷過程，將可能性的危害降至最低，以確保食品之安全與衛生。

◇2011 年 12 月 24 日微量分析檢驗中心全心啟用，檢驗的項目計有 32 項。

3樓台式糕餅超級巨星誕生處



4樓西式糕餅俊男美女養成區



公司名稱：可口可樂博物館(楊梅館)

地點：桃園市龜山工業區興邦路 46 號

可口可樂博物館介紹：

百年的悠久歷史，加上行銷全世界超過 200 個國家的廣泛經驗，不但使得可口可樂®成為全世界最知名的品牌，更有著令人讚嘆的豐富資源。長久以來，這些豐富的資源及經驗吸引了無數的消費者，讓人們想更進一步地了解可口可樂®成功背後的祕密及它迷人的歷史。

在許多國家的可口可樂®裝瓶廠都設有可口可樂®博物館，開放給消費者參觀，一方面讓消費者對可口可樂®

的生產流程有進一步的了解，另一方面則是讓消費者能更深入的認識可口可樂®文化及其歡樂、有趣、輕鬆的一面。

太古可口可樂公司也特別於桃園廠成立之時規劃了博物館——「可口可樂®世界」，希望於能讓台灣地區的消費者也有機會欣賞到這全世界最知名品牌背後的成功小祕密及重要歷史故事。



可口可樂品牌故事：

1886年，美國喬治亞州的亞特蘭大市，有個名叫約翰潘伯頓（Dr. John S. Pemberton）的藥劑師，他挑選了幾種特別的成分，發明出一款美味的糖漿，沒想到，清涼、舒暢的「可口可樂」就奇蹟般的出現了！潘伯頓相信這種產品可能具有商業價值，因此把它送到傑柯藥局（Jacob's Pharmacy）販售，開始了「可口可樂」這個美國飲料的傳奇。而潘伯頓的事業合夥人兼會計師：法蘭克羅賓森（Frank M. Robinson），認為兩個大寫C字母在廣告上可以有不錯的表現，所以就創造了“Coca-Cola”這個名字。但是讓「可口可樂」得以大展鋒頭的，卻是從艾薩坎得勒（Asa G. Candler）這個具有行銷頭腦的企業家開始。

1892年，艾薩坎得勒以美金2300元取得「可口可樂」的配方和所有權，不僅推出許多促銷活動，更贈送像日曆、時鐘、明信片、剪紙……等大量贈品，使「可口可樂」的商標迅速為人所知。當時所推出的托盤、雕花鏡和畫工精細的海報，今天都成了「可口可樂」收藏者的最愛。坎得勒認為：「瓶身不僅要外形獨樹一格，在黑暗中也能輕易辨識，就算摔破成片，也能一眼認出」。所以可口可樂公司就請當時的印第安那魯特玻璃公司，靈感來自大英百科全書上一幅可可豆莢的圖案，創造出全球世人熟知的「可口可樂」曲線瓶！

今天，可口可樂公司是全世界最大的飲料公司、擁有最大的銷售網路，可口可樂公司的產品行銷於超過兩百個國家，每天售出超過17億杯的飲料。

可口可樂企業承諾：



企業承諾

工作環境 Workplace	市場 Marketplace	環保 Environment	社會 Community
不斷努力創造一個和諧、公平、積極的企業環境，以此發揮和促進員工的創造力和員工精神，並實踐員工和公司的共同發展。	了解和滿足市場和消費者不斷變化的飲料需求以及對飲料健康的關注，為消費者帶來更優質、更多元的選擇。	我們不斷提升在環保方面的表現，力求成為這一領域的企業領導者，尤其是在水和包裝方面。	我們與社區與非營利機構積極合作，發展各種活動以協助社區推展工作。包括環保、運動、教育、健康、急難救助等。

可口可樂的願景：

世界快速變遷，為了接下來的10年甚至更長遠的未來能夠持續成長，我們必須更具前瞻性並且洞察先機，以了解未來會形塑我們業務發展的趨勢和力量，並且能夠迅速應變，因此我們現在就必須為未來做好準備，這也就是我們的「2020願景」。它為我們的業務發展設立了長期目標，並提供我們和裝瓶夥伴的發展藍圖。

公司名稱：南僑桃園觀光工廠

地點：桃園縣龜山工業區興邦路 35 號

南僑桃園觀光工廠創立時間：

南僑集團創辦人陳其志先生於抗戰勝利後，響應『實業報國』，在台籌組華強布號、天昌貿易、芳川礦業、和華強煤礦等產業，並於 1952 年聯合旅菲僑友，收購困境「南僑工業股份有限公司」。當年 2 月改組成立為「南僑化學工業股份有限公司」，3 月 27 日接管舊南僑的肥皂廠，29 日開工生產，並為建廠紀念日，首先出品的產品即是『南僑肥皂』。1974 年，南僑股票公開上市，並依據「原料相關、技術相關、通路相關、文化相關」及穩健經營的原則，1979 年起陸續成立關係企業，展開多角化經營。



現任董事長陳飛龍先生在 80 年代至 90 年代，全球化貿易時代來臨後，陸續與國外大廠策略聯盟或合作合資，擔任董事長或者 CEO，主導在台灣事業的發展，包括台灣嬌盟，美國旁氏公司，美國寶鹼公司，代理家樂氏早餐穀類，並與美國 Haagen-Dazs 合作，成立台灣喜見達公司。一直到大陸經濟崛起，從台灣、泰國出發，深耕大陸，進入亞洲市場經營，經營利基市場，產品行銷全球。

觀光工廠成立意義：

第一紀念館之建立，表達我南僑關係企業飲水思源之企業文化，將南僑創辦初期之艱辛歷程做一回顧，具體呈現於員工面前。

第二本館之規劃具有史料展示功能，可提供關係企業對南僑各階段發展之瞭解。

第三本館也兼有提供企業對內或對外之活動空間功能，不僅可擴大員工活動空間，同時也讓外來賓客一同分享我南僑努力歷程與成果。

榮恭館實體設計依其創建精神規劃，建有紀念館館舍，館舍東面的創辦人的銅像花園廣場及館舍西面的捲揚機草坪。

南僑桃園觀光產品特色

(1) 水晶肥皂系列產品：

水晶肥皂為天然油脂與鹼作用產製出來的，再經過冷卻真空乾燥壓製而成，且使用後的肥皂水可藉由微生物運動作用的物質被分解消化，不破壞自然所以是天然產品。

2006 年推出液體水晶肥皂，依然承襲塊狀水晶肥皂的脈絡，保持她天然環保的產品訴求，並符合現在社會需求，可於洗衣機中使用；亦有洗碗及抗菌的水晶液體產品，讓善盡環保職責的我們，有多重的選擇。

(2) 烘焙油脂系列產品：

南僑生產的食用油脂，以烘焙油脂和酥油為大宗，為烘焙產品（如：西點、糕餅、麵包...等）背後的基礎原料，由於並非為直接賣給消費者的民生用油，因此又稱為「隱性油脂」。所以我國國人或許未曾買過或見過南僑油脂產品，但有可能您今天吃的美味麵包，就是使用南僑烘焙油脂所製作出來的。

烘焙油走廊介紹：

設置在油脂生產加工區的參觀走廊，在內隔著玻璃視窗，看到的是正氣壓的生產間。包裝在這裡進行，後機械手臂將每箱十六公斤的油脂送上棧板，送向下一關進行在溫控室裡的熟成製程。



水晶肥皂體驗館介紹：

從第一塊水晶肥皂上市，至今發展出第二代的水晶肥皂洗衣用液體與食器洗滌液體，水晶堅持以 "天然純皂 健康環保" 為理念，在體驗館裡您可見證這近五十年的堅持。



餐飲體驗館介紹：

在企業創業後之第四十六年，立志創立以台灣為出發點的華人文化餐飲事業的新事業。本場流專業麵店為第一個創作，本場流專業麵店於一九九八年開始營運擴充，寶萊納餐廳，點水樓餐廳，隨之一一創建。



二、活動與系所辦學特色關聯表

活動名稱	推動主題式職場體驗活動		
承辦單位	行銷管理系	辦理時間	102.05.24
<p style="text-align: center;">活動重點 (請簡述活動內容及重點)</p>	<p>活動內容</p> <p>將協助學生培養門市經營管理力與促展規劃執行力，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.經營管理門市能力 2.分析門市導覽能力 3.規劃與執行導覽行銷 <p>參訪觀光工廠時要求學生注意重點如下</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.導覽解說服務 2.導覽解說服務使命與服務人員必備的條件、專業知識與技能 3.導覽解說預約與接團工作 4.導覽解說中應遵守的各項守則 5.導覽解說的內容與要點 6.導覽解說員對偶發事故的處理 		
<p style="text-align: center;">系所發展特色 (請依據貴單位中長程發展計畫或核心本位課程計畫書規劃內容說明)</p>	<p>中長程發展計畫</p> <p>編號：3.1.01</p> <p>計畫案名稱：縮短產業落差、企業參訪活動</p> <p>概述：促進學界與業界互相交流合作機會，落實學校發展目標，營造「做中學、學中做」體驗式的學習環境</p> <p>本位課程計畫書規劃內容</p> <p>本系以行銷實務為發展方向，課程重點則有行銷企劃、行銷實務、門市管理及商展實務，人力培育上定為以培育門市管理人員、行銷企劃人員、及門市導覽員等人才為主。</p> <p>本系核心能力發展指標</p> <p>系核心能力第4項：門市經營管理能力</p> <p>系核心能力指標：4-1 瞭解門市作業流程、4-3 瞭解門市經營管理模式</p>		
關聯度	<input checked="" type="checkbox"/> 高度關聯 <input type="checkbox"/> 中度關聯 <input type="checkbox"/> 低度關聯		
填表人	單位主管		

三、學生心得報告分析

為有效檢視活動之成果與具體成效，本章將就量化和質化兩個面向對活動產生的回饋資料作簡要描述統計和質化分析，以便作為未來執行類似活動改善之參考。首先就資料之述性統計說明如下：

參與人員性別統計表

性別	人數	比例
男	53	56%
女	42	44%
合計	95	

年級分佈統計表：

年級	一年級	二年級	三年級	四年級
人數	80	4	6	5
比例	85%	4%	6%	5%

學生觀察與分享焦點量化統計表

描述分享主題	人數	比例
產品/服務內容	15	16%
理論技術	8	11%
導覽及服務銷售	24	25%
行政管理	3	3%
作業環境及導覽動線	12	13%
市場需求	11	12%
研究創新	10	8%
生產成本	5	5%
就業認知	7	7%

活動參加人數共 95 人

為瞭解學生於職場環境中之學習成效與學習焦點為何，作為未來改進教師教學方式和調整教學重點，與強化學生認知較不足之領域等參考，以下就本次職場體驗活動之學生具體學習內容分享描述資料中，分析出下列幾項學習焦點：

一、學生體驗最深刻的內容。

本次體驗活動中，同學之間印象最深刻的內容為各家觀光工廠的**導覽及服務銷售**，從同學的回饋單中共有 24 位同學提到與此相關的內容，例如：

A 同學：當天是以「三打鼓一敲鑼」為參觀教學做個開幕儀式，一到郭元益博物館就聞到了一縷縷香噴噴的糕餅味讓我的肚子餓了起來。我們進去時有熱情的導覽員來迎接我們，讓我們興奮的心情更加興奮。我們進了屋裡就先看了一個做糕餅的過程影片，參觀博物館讓大家了解關於糕餅的由來和許多的知識

B 同學：郭元益二樓有一些所舉辦過的包裝設計大賽靜態展示，除了企業的精神值得肯定外，

還有一點要特別讚許，來這裡後深深感受到什麼叫做「以客為尊」。打從門口櫃台的接待小姐、導覽員，甚至是販賣部的服務人員，個個都是笑容可掬，且相當客氣有禮貌。

C 同學：可口可樂訓練專職服務人員以為導覽解說：解說人員均對公司史料知之甚詳，對參訪人員之問題亦能具體作答，耐心回覆，可見平日訓練均極有素，於公司形象確有加分效果。

D 同學：來到南僑觀光工廠這裡導覽員皆是由廠內的資深員工或是高級主管所擔任的，相形之下，他們的介紹當然也就相當的詳盡，不過，或許是剛成立的緣故，導覽員在解說時容易流於像是對新進員工的簡報一般，有些冗長且有點乏味，個人認為可以多增加一點動畫介紹來吸引小朋友的目光，也可以增加一些與觀眾們的互動，像是進行到某個皆段就來個有獎徵答之類的。

二、學生普遍注意到的**產品/服務內容**。

由同學的回饋資料中可以發現大部分同學都觀察到各家觀光工廠的**產品/服務內容**，共有 15 位同學於分享資料中提出。

E 同學：從學校出發坐了很久的車到了郭元益博物館，首先映入眼簾的是一棟古色古香的建築物，雖然沒有古代皇宮的精緻奢華，但也大器磅礴，別有一番風味呢！進到裡面猶如回到過去的鄉下，沒有繁華的商店，更沒有高樓大廈，只有濃濃的人情味瀰漫其中。

F 同學：可口可樂以曲線瓶設計、紅白色系設計手法、雙 C (Cock-Cola) 創意命名、並設立品牌博物館、以環保形象進行資源回收再利用

G 同學：南僑不是做肥皂的嗎？怎麼有賣吃的？呵呵呵~剛開始也是和大家一樣好奇，原來他們跨足的事業版圖可真是大呀，看起來我們的生活幾乎都快離不開南僑了？南僑相當引以為傲的產品~常溫米飯，它分成一般人可食用的御米飯及適合糖尿病患者食用的膳纖熟飯，這米飯的特點是將包裝撕開即可食用，若不開包裝常溫下可保存長達一年之久喔！而且沒有添加任何防腐劑耶！另外他們所生產的油脂也可以用來製做許多餅乾...等等的食品，此外，大家常聽到的杜老爺冰淇淋也是他們家的喔！還有比較高品質的冰淇淋~卡比索俄羅斯冰淇淋，也都是出自南僑企業。另外，還有一種耳熟能詳的讚岐急凍熟麵，也是他們的產品之一

三、學生普遍認為觀光工廠內的**作業環境及導覽規畫動線**很重要。

由同學的回饋資料中可以發現大部分同學都觀察到各家觀光工廠的**作業環境**，共有 12 位同學於分享資料中提出。

H 同學：綠標生活館為百年糕餅老店「郭元益」斥資二億五千萬所打造，並在 2011 年開幕啟用，郭元益非常重視環境節能方面，屋頂的風力發電減少能源消耗外，整座生活館還有雨水回收系統的設計，充分利用水資源，同時廠內的汙水處理系統也會先做第一道把關後才排放到外頭的汙水處理場去，讓來參觀的人也能順便學習到節能的方法。除了強調節能環保外，生活館裡頭還設有食品檢驗中心，讓消費者也能夠吃的安心。

I 同學：明暢展示動線，嚴格控管製程：可口可樂業已全面進入電腦化作業階段，全體製程不但已以電腦全程控管，且經精簡人力後全心投入產品服務，品牌博物館動線更是清楚流暢，使人一目了然。

J 同學：相形之下，早上參觀的郭元益糕餅博物館及可口可樂博物館後，下午抵達南僑或許是剛成立的緣故，廠區雖大但肥皂體驗室空間非常狹小，一下子湧進很多人，根本擠不下，連坐的位置都不夠。話雖如此大家對工廠的刻板印象總是骯髒、排放黑煙又有不好聞的臭味，但意想不到南僑的肥皂工廠卻是四處漂著肥皂香、香茅香且工廠旁還有本場流道地拉麵店，店裡的香味陣陣撲鼻而來

四、學生普遍認為觀光工廠之**市場需求**的發展為何？

由同學的回饋資料中可以發現大部分同學都觀察到各家觀光工廠的**市場需求**，共有 11

位同學於分享資料中提出。

K 同學：郭元益百年老店原址，融合參觀、教學、推廣、實作、啟發等功能，展品陳設更豐富多樣，將糕餅歷史與禮俗的發展做最佳詮釋，導引世人了解糕餅的深厚內涵並進而親近，開創無限寬廣的餅食文化之路

L 同學：藉由這次報告的機會讓我更認識了可口可樂這品牌，也讓我認為擁有一個強勢品牌的好處，就在於可以利用品牌做其他延伸發展。可口可樂的產品其實不只是飲料而已，小到鑰匙圈、馬克杯、T 恤，大到 Pub 裡的音樂點唱機，只要印上可口可樂的 logo，都是可口可樂愛好者們蒐集的對象。

M 同學：以「水晶肥皂」起家的南僑化工，是台灣的老牌企業，也是發揮「原料、技術、行銷、文化」綜效的典範企業之一。在過去半個多世紀裡，南僑在台灣生產、代理的知名產品，除了至今仍享譽盛名的「南僑水晶肥皂」與油脂外，還有自國外引進的好自在衛生棉、旁氏冷霜、歐斯麥餅乾、海倫仙度絲、喜見達冰品、家樂氏餅乾等品牌產品，這些品牌在南僑的手中，都曾打過美好的一仗，以成功的行銷手法創造市場風潮、擄獲台灣消費者的心，南僑儼然是台灣食品與家用品的市場行銷專家。南僑在國內開放到大陸經營後，首先便在天津設立頂好油脂廠，開始生產高附加價值的精緻油品，提供客戶顧問式的配套服務，近年來更洞見上海是國際型的都市有著舉足輕重的地位，旋以上海寶萊納餐廳做為在大陸投資餐飲服務業的根基，並建立無人能仿製的餐廳格局氣氛，締造良好的佳績。

五、學生普遍認為觀光工廠之**研究創新**的發展為何？

由同學的回饋資料中可以發現大部分同學都觀察到各家觀光工廠的**研究創新**，共有 10 位同學於分享資料中提出。

N 同學：郭元益糕餅博物館當初規畫設計參訪活動動手做、遊戲，而且遊戲要跟糕餅文化或是產品形象相結合，還要有一些樂趣，用一些小孩子他們聽得懂的語言去做溝通。所以最後決定用「糕餅 DIY」為主軸，並加進糕餅文化的傳承，例如禮俗方面從出生、婚嫁、祝壽一直到往生，還有 365 天台灣所有的喜慶節日代表性的糕餅，這就是博物館主要傳達的概念，讓所有台灣的民眾知道這些文化、歷史，不要忘本。另一方面這樣的做法算是從直接行銷方面，把他引進到體驗式的行銷，讓每個人都可以不光是到糕餅店買一塊餅，好不好吃會決定你要不要再來買之外，還可以因為這樣留住一個比較不一樣的記憶，這樣就可以跟其他的廠商做一點區隔。

O 同學：可口可樂公司以其具特色之代言人（如北極熊、聖誕老公公及偶像明星等），及利用代言活動及 LOGO 出產之各式週邊商品（如徽章、茶杯、T 恤、鉛筆盒、鑰匙圈....）等行銷全球，不但 LOGO 極具特色，而且能夠依照需要製作不同年齡層之商品，所以能夠快速打動人心。

P 同學：南僑集團，從化工業成功轉型成食品加工業，在今天也讓我們實際體驗到南僑求創新的理念，包括在南僑工業區內所設置的餐廳，全台灣烘焙業和速食店愛用的食用油脂，冷凍麵團的多樣變化以及南僑在海內外設置的各式料理餐廳，都讓我深深體會到南僑並不是個傳統產業，而是正在茁壯的產業，它從水晶肥皂中原料的油脂再轉換到食用油脂，甚至發展到食品加工以及餐飲，都顯示出南僑不斷的在改變自己的營運方向，也不斷嘗試南僑領導者創新的想法的可行性。

四、活動說明照片

環球科技大學 推動主題式職場體驗活動



相片說明:由學生實際扮演導覽銷售員角色



相片說明:由學生模擬偶發事故的處理

四、活動說明照片

環球科技大學 推動主題式職場體驗活動



相片說明：學生與南僑觀光工廠水晶肥皂體驗式導覽員合照



相片說明：活動大合照

五、學生參與滿意度分析

一、滿意度調查結果

題 項	非常 同意	同意	普通	不同意	非常 不同意	平均 滿意度
1.本次參訪體驗之職場與學校課程 相關性高	32	51	10	2	0	4.19
2.本次體驗之場所內解說與資料提 供非常完整。	33	49	8	5	0	4.16
3.本次職場體驗之內容讓我留下深 刻的印象。	42	51	2	0	0	4.42
4.本次體驗活動對未來自我學習很 有助益。	39	52	3	1	0	4.36
5.本次承辦單位對整體活動執行過 程規劃完整且流暢。	40	53	1	1	0	4.39
有效問卷：95份	整體平均滿意度：				4.30	

二、開放性問題

1.我會將學習內容應用在

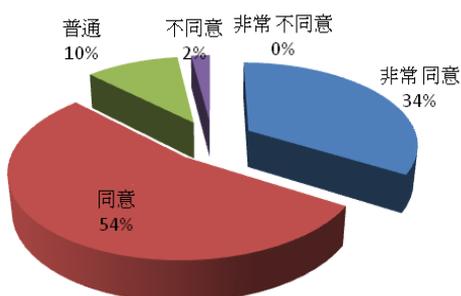
- ◎學習培養門市經營管理力與促展規劃執行力
- ◎導覽解說服務使命與服務人員必備的條件、專業知識與技能
- ◎獲取門市服務、賣場管理及銷售管理的實務經驗
- ◎觀光工廠導覽的解說與解決銷售管理問題的能力

2.我對本次活動的建議

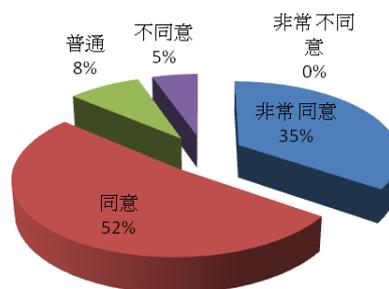
- ◎時間有點緊湊，希望系上以後多辦理這種活動。
- ◎人數太多了，希望下次減少人數參加
- ◎出發時間太早了，建議下回找鄰近的觀光工廠參觀
- ◎非常有意義的活動，透過活動讓我們與上課所學的行銷理論相配合，和課本知識相輔相成

三、調查比例統計

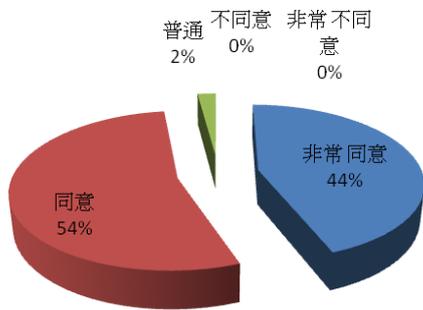
1.本次參訪體驗之職場與學校課程相關性高



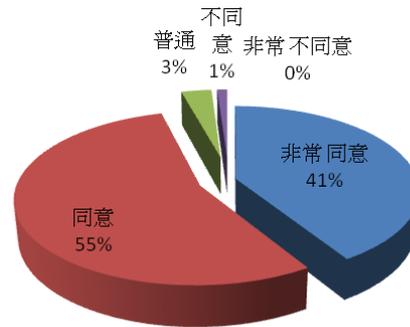
2.本次體驗之場所內解說與資料提供非常完整。



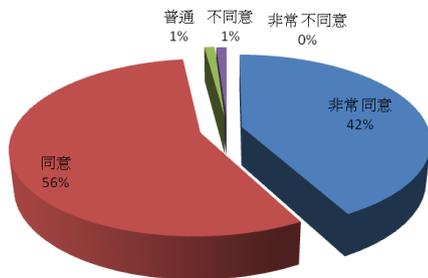
3. 本次職場體驗之內容讓我留下深刻的印象。



4. 本次體驗活動對未來自我學習很有助益。



5. 本次承辦單位對整體活動執行過程規劃完整且流暢。



六、學生職場體驗心得報告彙集

102~103 年度教學卓越計畫

職場體驗心得報告

參訪日期：102.5.24

學生姓名	張云僑	聯絡電話	09206612	(科)	行銷管理系
		E-Mail	Jill31724	號	101435138
公司名稱	可口可樂世界 (可口可樂博物館)	公司地址	桃園縣桃園市龜山工業區興邦路 46 號		
公司簡介					
<p>產品/服務描述： 宣傳品、飲料成品均展覽成列。</p> <p>現場環境描述： 蒐集世界各地可口可樂相關產品，有一面牆製作成可口可樂的瓶蓋，寫滿當地的語言文字</p> <p>製程或服務觀察摘要： 並未在工廠內參觀，僅藉由影片知道可口可樂的製程。</p> <p>未來發展描述： 可口可樂目前進軍茶飲業(原粹茶)，或許未來又會成立一個茶飲部來介紹 以前有推出 QOO 果汁系列僅看到 QOO 的吉祥物而已。</p>					
工作心得感想與建議					
<p>可口可樂公司，我認為可以在擴大面積，可讓人駐足瀏覽時間延長，其中一個建議是例如讓我們參觀可口可樂所推廣的電視廣告，可增設一個小小的導覽機供選擇瀏覽。(可以用年度、當年暢銷、明星代言等等主題讓人選擇)在現場均看到海報為多數。影片有看到一部撥放卻沒提供選擇或介紹此為哪部廣告。若當時選擇廣告剛好看到自己的明星代言或許會提升購買率。</p> <p>另一個建議是曾看到國外有人專買自己名字的鋁罐可口可樂，何不設計一個英文或中文讓人自製自己姓名的鋁罐工人帶回去蒐藏?</p> <p>廁所的設計倒是很新穎。若餐廳開放讓人用餐也不錯!可能會吸引更多人來。</p>					

102~103 年度教學卓越計畫

職場體驗心得報告

參訪日期：102.05.24

學生姓名	殷上博	聯絡電話	09886..... (科)	行銷管理系
		E-Mail	ken986..... 虎	10435149
公司名稱	廣院喜餅公司	公司地址	桃園縣楊梅市幼獅工業區新莊路	

公司簡介

產品/服務描述：
 主要生產漢式喜餅為主，但因為市場競爭於99年研發西式喜餅
 另外還跨足跨足成立教育基金會和博物館

現場環境描述：
 工廠與建築結合達到永續與節能的目的

製程或服務觀察摘要：
 糕餅製作及販售及博物館的導覽解說
 和我們說郭元益的歷史製作過程

未來發展描述：
 希望能成為幸福家庭的設計師
 讓糕餅傳遞心中所有的喜悅，糕餅不再只是糕餅，而是陪你共度幸福
 快樂喜悅的朋友，當你有任何喜事時郭元益隨時在你身邊

工作心得感想與建議

我覺得這家企業跨足了很多方面的產業，符合開元節流的目的而且也做的非常成功，雖然我很少吃喜餅但我認為這是一家非常成功的公司喜餅也好吃
 工廠與觀光結合是一個很好的經營策略，有吃又有玩如何吸引顧客是許多企業公司都要學習的
 善用各種方法達到顧客的要求這是企業邁向成功的另一門

102~103 年度教學卓越計畫

職場體驗心得報告

參訪日期：102.05.24

學生姓名	胡睿哲	聯絡電話	0977161111 (科)	行銷一甲
		E-Mail	Patric...@... .tw	101435119
公司名稱	郭元益食品	公司地址	桃園縣楊梅鎮青年路9巷37	
公司簡介				
產品/服務描述： 郭元益，鳳梨酥，糕餅，糖餅精緻的禮盒。				
現場環境描述： 環境簡潔高雅，而且歷史一覽無遺，而且工廠外觀古色古香。				
製程或服務觀察摘要： 製作過程沒實際看到，但影片介紹的詳細，工整精確。				
未來發展描述： 未來發展我不太清楚，但他們還是堅持他們的傳承方式，並也加以創新開發更多的商品，更加的精緻化。				
工作心得感想與建議				
這次的參訪獲得了很多東西，開了很大的眼界，也明白了用心堅持最好的商品會且值得被肯定，而且他們的設計都運用了現代人所需要的環保，且又綠化對地球是好的，然後他們的商品化在親民的到昂貴的一件不馬克都很精緻而且處處充滿了藝術的巧思，例如牆上的使用麻袋紙的板排，還有適合小朋友的小巧遊戲，順代一提，他們也會準備滿月的抓週活動，對於當地的民眾是相當的造福的，這次的嚐到了揚名國際的郭元益真的感動不少呢！				

90

102~103 年度教學卓越計畫

職場體驗心得報告

參訪日期：102.05.24

學生姓名	高致君	聯絡電話		所系(科)	行銷管理系
		E-Mail	wenchun055260358@gmail.com	學號	101435301
公司名稱	南僑桃園觀光工廠	公司地址	桃園縣龍潭鄉高橋北路81號		

公司簡介

產品/服務描述：
洗劑、烘爐、食品用油，冷凍麵糰、冰淇淋、鮮奶油
↓
(水晶肥皂：固體及液體) (杜老爺冰品)

現場環境描述：
運用機械自動化提高生產量。
現場作業員配戴工作衣、帽子與口罩。

製程或服務觀察摘要：
從肥皂原料中提煉出甘油，可以使用在化妝品，增加其附加價值。
工廠內有“定時、定量、定位”的5S(整理、整頓、清掃、清潔、自律)可以
提升品質及產量

未來發展描述：
未來可能會引進更多的機具來提供生產效能。
拓展市場 ex 東南亞、中國大陸、歐洲、美洲、澳洲、非洲、亞洲等地。
積極發展餐飲服務業，多角化經營。
致力於本業，推出液體水晶洗衣精，來融入現代化社會，抗菌皂液

工作心得感想與建議

一個企業的未來決定在經營者的手上。
除了發展本業之外，還要多角化經營，才能使企業屹立不搖。
我覺得它是一個很成功的企業。
除了有我們耳熟能詳的水晶肥皂，還有我們常吃的杜老爺、五星級餐廳等等，以前我們都不知道的東西，其實都是由它經營。
看似平凡的企業卻擁有廣大的經濟版圖。
它在臺灣有很多的市場，在海外(在泰國有設工廠)均有不錯的發展。或許過幾年後它會在世界的舞臺上發亮發熱。
一個企業家要有雄心壯志，更要有優秀的經營人才，還要有不怕挫折的心。這樣才有可能歷經百年而不敗。

林思如