

# 美和學校財團法人美和科技大學

## 111 年度校務研究計畫成果報告（單頁版）

IR 編號：MH-IR-111-006

IR 題目：技專院校進修推廣業務策略探討-以 109 學年度為例

### 摘要

大專院校以自身優勢辦理推廣教育，除有效利用教育資源，提昇校園形象與競爭力，近年受到政府積極推動專業證照制度，技職校院都積極接受各級政府或就業輔導中心之委託舉辦各種類型的訓練班藉以培訓第二專長提升就業力。而本校 109 年推廣教育收益由虧轉盈，達到正向的效益，故本研究藉由 109 年推廣教育所開設之各色推廣教育課程做研究範圍，來了解目前學員對課程經驗的感受與口碑行銷，以及開設課程對學校形象與影響，作為新學年度持續推廣課程業務的策略參考。

### 結論

研究以推廣教育學員對 109 年所開設之各推廣教育課程的感受程度與對學校形象與收入效益的相關性，依據各研究結果進一步的闡述並對相關管理單位提供建議。

一、課程學員背景變項分析討論。

本研究課程學員背景變項概況分析如下：受訪學員背景以女性最多，佔八成五、41~50 歲、大專學歷者的學員為最多、職業以服務業最多、第一次參加進修推廣課程者佔七成，再次參加者約三成、居住以屏東縣市為主、得知課程的途徑半數是由網路媒體，其次為親友介紹、參加課程半數是為了工作需要、學習新知與個人興趣次之，顯示工作需要還是進修動力的主要來源，並且九成學員都希望推廣中心能夠多開設專業證照類課程，其次為語文進修類、生活藝文類、設計創意類課程。

二、形象因素量表各構面有強烈相關性。

形象因素量表中，「滿意度」和「互動」在「品牌形象」和「口碑」兩構面上皆有顯著正相關，表示「滿意度」和「互動」程度愈高的學員，其在「品牌形象」的程度也會更高，在「口碑」上也更願意去和親朋好友分享，此結論也與課程期待相符。

### 建議

一、給推廣教育課程開設的建議

綜合研究結果，工作上所需求的專業證照相關課程是學員參加的主流課程，也是吸收新學員的主要因素，而網路行銷又佔半數學員得知課程的途徑，顯示目前推廣的課程方向是正確的，因此保留原有優勢，持續維持本校特色專業課程，並尋求與政府的計畫研究，及強化網路推廣行銷，仍然是往後課程開設的重要方向。

二、提升已參加課程學員形象感受以達到口碑行銷

## 美和學校財團法人美和科技大學

從研究中得知，約有三成的學員為已參加過課程的學員，且學員因親友介紹來參與者也佔了約四成的重要比例，表示學員再次參加課程與介紹也有不容忽視的人數，且持續參與意願也高，故除提高有競爭力課程外，對內強化軟體實力，提升與學員的互動與滿意度更是相對重要。